

**FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH
TERHADAP *ISLAMIC SOCIAL REPORTING*
PADA PERUSAHAAN *CONSUMER NON-
CYCLICALS* YANG TERDAFTAR DI INDEKS
SAHAM SYARIAH INDONESIA
TAHUN 2019-2021**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

ASFA HAIMANA FAISYAR

NIM. 12030119120032

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2023**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Asfa Haimana Faisyar
Nomor Induk Mahasiswa : 12030119120032
Fakultas/Program Studi : Ekonomika dan Bisnis/S1 Akuntansi
Judul Skripsi : **FAKTOR-FAKTOR YANG
BERPENGARUH TERHADAP
ISLAMIC SOCIAL REPORTING PADA
PERUSAHAAN CONSUMER NON-
CYCLICALS YANG TERDAFTAR DI
INDEKS SAHAM SYARIAH
INDONESIA TAHUN 2019-2021**
Dosen Pembimbing : Adityawarman, S.E., Akt., M.Acc

Semarang, 11 April 2023

Dosen Pembimbing



Adityawarman, S.E., Akt., M.Acc.

NIP. 198405032009121006

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

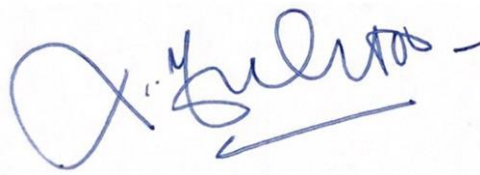
Nama : Asfa Haimana Faisyar
Nomor Induk Mahasiswa : 12030119120032
Fakultas/Program Studi : Ekonomika dan Bisnis/S1 Akuntansi
Judul Skripsi : **FAKTOR-FAKTOR YANG
BERPENGARUH TERHADAP
ISLAMIC SOCIAL REPORTING PADA
PERUSAHAAN CONSUMER NON-
CYCLICALS YANG TERDAFTAR DI
INDEKS SAHAM SYARIAH
INDONESIA TAHUN 2019-2021**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji, pada tanggal 3 Mei 2023 dan dinyatakan **LULUS**

Ketua Tim Penguji : Adityawarman, S.E., Akt., M.Acc.
Anggota : 1. Tri Jatmiko Wahyu Prabowo, S.E., M.Si., Ph.D.
2. Dr. Agus Purwanto, S.E., M.Si.

Semarang, 3 Mei 2023

Ketua Program Studi S1 Akuntansi



Agung Juliarto, S.E., M.Si., Akt., Ph.D
NIP. 197307222002121002

Ketua Tim Penguji



Adityawarman, S.E., Akt., M.Acc.
NIP. 198405032009121006

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini saya, Asfa Haimana Faisyar menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting* pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia Tahun 2019-2021”** merupakan hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik di sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 11 April 2023

Yang Membuat Pernyataan



Asfa Haimana Faisyar

NIM. 12030119120032

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

*“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan,
melainkan menguji kekuatan akarnya” – (Ali bin Abi Thalib)*

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya
2. Keluarga besar Faisyar
3. Orang-orang yang selalu mendukung saya

ABSTRACT

This study aims to examine various factor that may affect Islamic Social Reporting (ISR). Specifically, four factors are chosen as the independent variables, namely firm size, profitability, firm age, and independent commissioner. ISR as the dependent variable of this study is measured by ISR Index using content analysis method.

The population of this study are consumer non-cyclical companies registered at Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) from 2019 to 2021. The total sample obtained is 26 companies that is determined using purposive sampling method with numerous criteria. The analytical method used for this study is multiple linear regression.

The result of this study indicates that firm size, profitability, and firm age have a significant positive influence on ISR. Meanwhile, independent commissioner has no significant effect on ISR.

Keywords: Islamic Social Reporting, firm size, profitability, firm age, independent commissioner.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji berbagai faktor yang dapat mempengaruhi Islamic Social Reporting (ISR). Secara khusus, empat faktor dipilih sebagai variabel independen, yakni ukuran perusahaan, profitabilitas, umur perusahaan, dan dewan komisaris independen. ISR sebagai variabel dependen penelitian ini diukur dengan Indeks ISR menggunakan metode *content analysis*.

Populasi penelitian ini adalah perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) dari tahun 2019 sampai tahun 2021. Total sampel yang diperoleh ialah 26 perusahaan yang ditentukan dengan menggunakan metode purposive sampling dengan berbagai kriteria. Metode analisis yang digunakan untuk penelitian ini adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa firm size, profitabilitas, dan umur perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap ISR. Sedangkan komisaris independen tidak berpengaruh signifikan terhadap ISR.

Kata kunci: Islamic Social Reporting, ukuran perusahaan, profitabilitas, umur perusahaan, komisaris independen

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur tak henti tercurahkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, hidayat, petunjuk, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menuntaskan penyusunan skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting* pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia Tahun 2019-2021”**. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada program Sarjana (S1) Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis memahami bahwa masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki. Untuk itu, Penulis berharap agar dapat diberikan kritik dan saran oleh para pembaca. Selain itu, penulis juga menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini terdapat bantuan, nasihat, bimbingan serta semangat baik secara moril maupun materil yang diberikan oleh berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis secara tulus dan rendah hati mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Suharnomo, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
2. Bapak Agung Juliarto, S.E., M.Si., Akt., Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Akuntansi yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama perkuliahan.

3. Bapak Dr. Shiddiq Nur Rahardjo, S.E., M.Si., Akt., selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama perkuliahan.
4. Bapak Adityawarman, S.E., Akt., M.Acc. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, saran, arahan, dan nasehat selama proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah mendidik, memberi ilmu, dan membantu penulis selama perkuliahan,
6. Kedua orang tua penulis yakni Abah Aghus Ribchi Faisyar dan Ibu Siti Aprilastuti yang setulus hati mendoakan dan memberikan dukungan terbaik kepada penulis selama menjalani perkuliahan.
7. Kakak-kakak penulis yang selalu memberikan motivasi, semangat, dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan perkuliahan dengan baik.
8. Nabsa, Fina, Shofi, Yasmine, Budi, Rahmina, Icha, dan Dilla selaku teman-teman terdekat penulis dari awal hingga akhir perkuliahan yang senantiasa menemani dan memberi semangat penulis.
9. Pengurus Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) FEB Undip 2019/2020 dan 2020/2021 khususnya divisi Event, ERD, AI, dan BOD yang telah menemani penulis selama proses berorganisasi dan memberi banyak pengalaman berharga selama perkuliahan.

10. Kak Sifa, Kak Tiara, Kak Adiyat, dan Kak Harry dari Akuntansi 2018 selaku mentor skripsi penulis yang tak lelah berbagi ilmu dan pengalamannya kepada penulis berkaitan dengan penyusunan skripsi.
11. Alisa, Icha, Asya, dan teman-teman Tim II KKN Undip Kelurahan Petompon lainnya yang telah memberikan pengalaman baru, kenyamanan, dan rasa kekeluargaan selama penulis menjalani KKN serta tetap menjalin komunikasi yang baik setelah KKN usai.
12. Teman-teman bimbingan Bapak Adityawarman yakni Nabila dan Putri yang senantiasa bertukar pikiran dan memberikan energi positif selama proses bimbingan skripsi.
13. Seluruh teman-teman Akuntansi 2019 yang telah bersama-sama melewati masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.
14. Pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang secara langsung maupun tidak langsung membantu penulis menyelesaikan proses perkuliahan ini dari awal hingga akhir.

Semarang, 11 April 2023

Penulis



Asfa Haimana Faisyar

NIM. 12030119120032

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1.4 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Teori Legitimasi	12
2.1.2 <i>Sharia Enterprise Theory</i>	14
2.1.3 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	16
2.1.4 <i>Islamic Social Reporting (ISR)</i>	20
2.1.5 Indeks Saham Syariah Indonesia	24
2.1.6 Ukuran Perusahaan.....	26
2.1.7 Profitabilitas	28
2.1.8 Umur Perusahaan	29
2.1.9 Dewan Komisaris Independen	30
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Kerangka Pemikiran	38
2.4 Hipotesis	38

2.4.1	Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan ISR.....	38
2.4.2	Profitabilitas dan Pengungkapan ISR.....	40
2.4.3	Umur Perusahaan dan Pengungkapan ISR.....	41
2.4.4	Dewan Komisaris Independen dan Pengungkapan ISR.....	42
BAB III METODE PENELITIAN		44
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	44
3.1.1	Variabel Dependen.....	44
3.1.2	Variabel Independen	45
3.2	Populasi dan Sampel	48
3.2.1	Populasi	48
3.2.2	Sampel.....	49
3.3	Jenis dan Sumber Data	50
3.4	Metode Pengumpulan Data	50
3.5	Metode Analisis Data	50
3.5.1	<i>Content Analysis</i>	50
3.5.2	Statistik Deskriptif	51
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.5.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
3.5.5	Uji Hipotesis	56
BAB IV HASIL DAN ANALISIS		58
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	58
4.2	Analisis Data	59
4.2.1	Content Analysis	59
4.2.2	Statistik Deskriptif	62
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	64
4.2.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
4.2.5	Uji Hipotesis	69
4.3	Interpretasi Hasil	72
4.3.1	Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan ISR.....	73
4.3.2	Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan ISR	74
4.3.3	Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan ISR.....	75

4.3.4 Pengaruh Dewan Komisaris Independen terhadap Pengungkapan ISR.....	76
BAB V PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Keterbatasan	80
5.3 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kontribusi Pasar Modal Syariah terhadap Perekonomian Indonesia	2
Tabel 2. 2 Ringkasan Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	47
Tabel 3. 2 Kriteria Uji Durbin Watson	54
Tabel 4. 1 Purposive Sampling Objek Penelitian.....	58
Tabel 4. 2 Ringkasan Score Pengungkapan ISR.....	60
Tabel 4. 3 Perusahaan dengan Skor ISR Tertinggi	61
Tabel 4. 4 Perusahaan dengan Skor ISR Terendah.....	62
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	62
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas.....	65
Tabel 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	66
Tabel 4. 8 Hasil Uji Autokorelasi.....	67
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4. 11 Uji Koefisien Determinasi.....	70
Tabel 4. 12 Hasil Uji Statistik F	70
Tabel 4. 13 Hasil Uji Statistik t	71
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Kapitalisasi Pasar ISSI Tahun 2011-2021	3
Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran Penelitian	38
Gambar 4. 1	Proporsi Pemenuhan Indeks ISR Tahun 2019-2021	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Perusahaan Sampel	85
Lampiran 2 Indeks ISR	86
Lampiran 3 Tabulasi Data	88
Lampiran 4 Output Pengujian SPSS	91

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab pertama ini akan mengandung penjabaran latar belakang riset, rumusan masalah, tujuan dan manfaat riset, lalu ditutup dengan sistematika penulisan. Latar belakang akan menguraikan dasar atau alasan dari pengambilan isu yang akan diteliti dalam riset ini. Latar belakang yang tercantum tersebut selanjutnya menjadi dasar pengembangan rumusan masalah. Kemudian akan dijelaskan tujuan dan manfaat dilakukannya riset untuk menjawab rumusan masalah tersebut. Sebagai penutup pada bab ini, akan dicantumkan sistematika penulisan yang memuat garis besar penyusunan isi penelitian ini.

1.1 Latar Belakang Masalah

Tahun 1997 saat PT Danareksa Investment Management menerbitkan reksa dana syariah yang perdana menjadi cikal bakal lahirnya produk pasar modal syariah di Indonesia. Secara kelembagaan, lahirnya pasar modal syariah secara resmi ditandai melalui adanya Nota Kesepahaman yang ditandatangani oleh Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam LK) dan Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) pada tahun 2003. Pasar modal syariah hadir guna memenuhi kebutuhan umat Islam yang mempunyai minat untuk melangkah berinvestasi di pasar modal yang sejalan dengan ketentuan syariah.

Sebagai negara dengan mayoritas penduduknya beragama Islam, pasar modal syariah memiliki potensi yang besar dalam perekonomian Indonesia. Pasar modal syariah dapat memainkan peranan strategis kaitannya dalam mendorong

laju pertumbuhan ekonomi Indonesia. Namun jika dilihat dari tabel 1.1, rasio kapitalisasi pasar Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dari tahun 2011-2021 cenderung fluktuatif dan masih di bawah 30%. Hal ini mengindikasikan bahwa peran pasar modal syariah dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi Indonesia masih belum optimal.

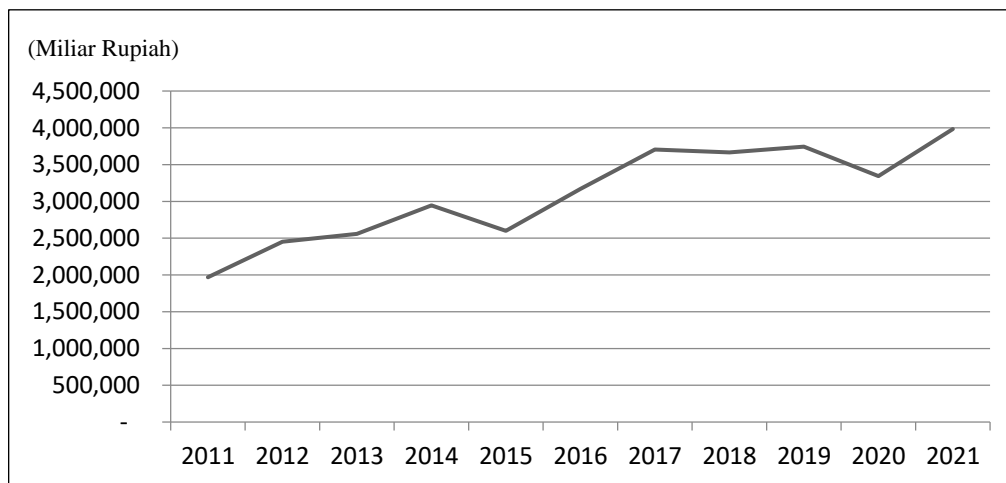
Tabel 1. 1
Kontribusi Pasar Modal Syariah terhadap Perekonomian Indonesia
(dalam milyar rupiah)

Tahun	Kapitalisasi Pasar Indeks Saham Syariah (ISSI)	Produk Domestik Bruto (PDB)	Rasio Kapitalisasi ISSI terhadap PDB (%)
2012	2,451,334	8,615,705	28%
2013	2,557,847	9,546,134	27%
2014	2,946,893	10,569,705	28%
2015	2,600,851	11,526,333	23%
2016	3,170,056	12,401,729	26%
2017	3,704,543	13,589,826	27%
2018	3,666,688	14,838,756	25%
2019	3,744,816	15,832,657	24%
2020	3,344,926	15,443,353	22%
2021	3,983,653	16,976,691	23%

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, olah data penulis

Pasar modal syariah tumbuh cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir seiring meningkatnya animo masyarakat Indonesia terhadap ekonomi berbasis syariah. Pergerakan kapitalisasi pasar Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) menjadi salah satu sinyal yang mengindikasikan adanya pertumbuhan dalam pasar modal syariah. Indeks ini menggambarkan kinerja semua saham yang tercatat pada Daftar Efek Syariah (DES). Gambar 1.1 ialah grafik kapitalisasi pasar ISSI yang cenderung mengalami *uptrend* sejak pertama kali diluncurkan pada tahun 2011 hingga tahun 2021.

Gambar 1. 1
Kapitalisasi Pasar ISSI Tahun 2011-2021



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, olah data penulis

Pesatnya kemajuan pasar modal syariah mengakibatkan tumbuhnya ekspektasi terhadap entitas bisnis berbasis syariah untuk menyuguhkan suatu dimensi religi pada penyajian laporan tahunan guna menciptakan kemaslahatan bagi pemangku kepentingan (Othman *et al.*, 2009). Tidak hanya melaporkan informasi finansial, laporan tahunan perusahaan juga harus memuat informasi non finansial. Seiring berkembangnya dunia bisnis dalam beberapa dekade terakhir, tuntutan dari berbagai pengguna dalam hal perluasan informasi akuntansi yang disajikan pada laporan tahunan semakin besar. Salah satu hal dalam laporan tahunan perusahaan yang menjadi perhatian utama *stakeholder* adalah terkait pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Praktik dan pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan yang populer dengan sebutan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akhir-akhir ini kian menjadi sorotan di lingkungan bisnis. Fenomena tersebut tak lepas dari peran dari UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas sebagai dasar regulasi

terciptanya kewajiban perusahaan untuk mengimplementasikan praktik tanggung jawab sosial dan lingkungan. Namun di sisi lain, masih terjadi berbagai kasus pelanggaran praktik dan pelaporan CSR di Indonesia, misalnya kasus pelanggaran pengungkapan CSR yang pernah dialami PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (AMRT). Kasus ini bermula dari seorang warga Tangerang Selatan bernama Mustolih yang menggugat AMRT terkait dengan penggabungan pemakaian dana donasi pada pelaporan CSR perusahaan pada *annual report* perusahaan tahun 2015. Akibatnya, Komisi Informasi Pusat memutuskan bahwa AMRT berkewajiban menyajikan transparansi informasi kaitannya dengan penggunaan dana donasi yang dihimpun atau bersumber dari konsumen (Lumbanarau, 2016)

Lubis (2017) menyebutkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan menjadi suatu konsep yang mana entitas bisnis atau perseroan tidak semata dihadapkan pada tanggung jawab yang berlandaskan *single bottom line* melainkan juga *triple bottom line*. Artinya, entitas bisnis tak hanya perlu fokus pada nilai perusahaan yang tergambar dari kinerja finansialnya (*profit*), tetapi juga harus memperhatikan aspek sosial (*people*) dan lingkungan (*planet*). Tujuan dari tanggung jawab sosial perusahaan yakni membangun koneksi positif yang bersifat mutualisme antara entitas bisnis dengan lingkungan sekitar. Praktik dan pengungkapan CSR tak lagi dinilai sebagai biaya pengurang laba, melainkan sebagai bentuk investasi perusahaan dalam rangka meningkatkan citra (*image*) baik perusahaan di mata publik yang pada akhirnya berpotensi mendongkrak laba jangka panjang perusahaan.

Sebagai pedoman hidup, syariat Islam mengatur hubungan vertikal kaitannya antara manusia dengan Tuhan serta hubungan horizontal pula antara manusia dengan manusia lainnya dalam berbagai aspek kehidupan tak terkecuali perekonomian. Islam melarang manusia untuk mengambil keuntungan dengan mengorbankan atau merugikan kepentingan orang lain. Oleh karena itu, konsep tanggung jawab sosial perusahaan sangat relevan dalam implementasi ekonomi berlandaskan syariah islam. Susbiyani *et al.* (2022) mengatakan investor dan pengguna laporan membutuhkan pengungkapan sosial yang sesuai syariah berisikan informasi tentang upaya perusahaan dalam meningkatkan kehidupan masyarakat sekitar dan apakah operasi perusahaan telah sesuai dengan aturan Islam.

CSR dalam perspektif Islam berbeda dengan CSR dalam perspektif konvensional yang dikembangkan di negara-negara barat. Konsep CSR berlandaskan ketentuan syariah dipopulerkan dengan sebutan *Islamic Social Reporting* (ISR). Haniffa (2002) mengemukakan konsep ISR disertai lima tema pengungkapan yakni mencakup: pendanaan dan investasi, produk, karyawan, masyarakat, dan lingkungan. Kemudian Othman *et al.* (2009) memperluas lima tema pengungkapan tersebut dengan satu tema tambahan yaitu tata kelola perusahaan.

Suatu perusahaan yang berkomitmen untuk mengimplementasikan kegiatan bisnis berbasis syariah tak hanya terfokus pada sisi ekonomi saja melainkan juga sisi spiritual dan sosial. Maka dari itu, ISR menjadi hal yang esensial bagi perusahaan syariah. Namun sayangnya, kesadaran perusahaan syariah Indonesia

dalam hal pengungkapan ISR tergolong rendah bila dibandingkan dengan negara Islam lainnya. Fenomena ini mungkin disebabkan oleh ketiadaan standar atau regulasi khusus yang dapat diadopsi oleh perusahaan dalam menerapkan ISR. Beberapa penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa rata-rata pengungkapan ISR tergolong rendah yaitu sekitar 50% (Widiyanti & Hasanah, 2018). Melihat fenomena ini, penulis ingin mengetahui berbagai determinan yang memengaruhi pengungkapan ISR pada perusahaan-perusahaan syariah di Indonesia.

Terdapat beberapa riset sebelumnya yang membahas tentang pengungkapan ISR. Sejumlah riset tersebut misalnya riset yang digarap oleh Othman *et al.* (2009); Widiyanti & Hasanah (2018); Mukhibad & Fitri (2020); Hussain *et al.* (2021); dan Susbiyani *et al.* (2022). Riset-riset tersebut secara umum menyajikan berbagai faktor yang memengaruhi pengungkapan ISR tetapi dengan hasil riset yang beragam. Inkonsistensi hasil riset tersebut mungkin terjadi karena indikator pengukuran yang digunakan oleh masing-masing peneliti berbeda.

Riset yang digarap oleh Othman *et al.* (2009); Sunarsih & Ferdiansyah (2017); dan Hussain *et al.* (2021) membuktikan bahwa ukuran perusahaan memengaruhi pengungkapan ISR. Profitabilitas juga dapat menjadi determinan pengungkapan ISR sebagaimana yang dibuktikan oleh penelitian Othman *et al.* (2009); Hussain *et al.* (2021); dan Widiyanti & Hasanah (2018). Namun hal ini bertolak belakang dari riset Sunarsih & Ferdiansyah (2017) yang tak dapat mendokumentasikan bukti pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan ISR. Riset oleh Hussain *et al.* (2021) dan Widiyanti & Hasanah (2018) juga menunjukkan bahwa umur perusahaan terbukti memengaruhi pengungkapan ISR.

Faktor pengungkapan ISR lainnya adalah dewan komisaris independen yang mana pada penelitian Susbiyani *et al.* (2022) terbukti berpengaruh signifikan, tetapi pada penelitian Hussain *et al.* (2021) menunjukkan hasil yang sebaliknya.

Penulis melihat bahwa perlu dilakukan penelitian lebih lanjut atas topik determinan pengungkapan ISR pada perusahaan syariah terkhusus pada sektor *consumer non-cyclicals*. Sektor ini ialah salah satu klasifikasi sektor dalam *IDX Industrial Classification* (IDX-IC) yang terdiri dari perusahaan yang memproduksi barang atau jasa primer. Sektor ini memegang peranan strategis dalam perekonomian Indonesia karena berkaitan dengan kebutuhan harian manusia. Artinya sektor ini senantiasa dibutuhkan dan diminati dalam segala kondisi perekonomian.

Uraian yang sudah dijabarkan di atas menumbuhkan intensi penulis untuk melangsungkan riset lebih lanjut terkait bagaimana ukuran perusahaan, profitabilitas, umur perusahaan dan komposisi dewan komisaris mampu memengaruhi pemenuhan pengungkapan ISR pada perusahaan syariah sektor *consumer non-cyclicals* di Indonesia. Penulis menggunakan perusahaan-perusahaan yang terdaftar dalam ISSI tahun 2020-2021 sebagai sampel penelitian yang dinilai dapat merepresentasikan perusahaan-perusahaan syariah di Indonesia. Maka dari itu, penulis mengembangkan penelitian atas topik ini dengan **“Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting* pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia Tahun 2019-2021”** sebagai judul penelitian.

1.2 Rumusan Masalah

Pasar modal syariah saat ini menjadi primadona khususnya bagi para investor muslim. Pertumbuhan pasar modal syariah yang cukup pesat menjadikan perusahaan-perusahaan syariah dituntut untuk memperhatikan perspektif spiritual dalam menjalankan kegiatan bisnisnya termasuk dalam hal pengungkapan laporan tahunan. Pengungkapan *Islamic Social Reporting* yang tertera pada *annual report* maupun *sustainability report* layak dijadikan pertimbangan investor muslim dalam meyakinkan langkah investasinya di pasar modal syariah. Didasarkan pada penjabaran latar belakang sebagaimana dituliskan sebelumnya, rumusan masalah yang akan diamati oleh penulis dinyatakan sebagai berikut:

1. Bagaimana ukuran perusahaan memengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia tahun 2019-2021?
2. Bagaimana profitabilitas memengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia tahun 2019-2021?
3. Bagaimana umur perusahaan memengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia tahun 2019-2021?
4. Bagaimana dewan komisaris independen memengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia tahun 2019-2021?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Dengan berlandaskan uraian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka riset yang digarap oleh penulis diarahkan untuk mencapai sejumlah tujuan berikut:

1. Memperoleh bukti empiris peran ukuran perusahaan dalam memengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan syariah *consumer non-cyclicals* di Indonesia.
2. Memperoleh bukti empiris peran profitabilitas dalam memengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan syariah *consumer non-cyclicals* di Indonesia.
3. Memperoleh bukti empiris peran umur perusahaan dalam memengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan syariah *consumer non-cyclicals* di Indonesia.
4. Memperoleh bukti empiris peran dewan komisaris independen dalam memengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan syariah *consumer non-cyclicals* di Indonesia.

Adapun manfaat utama dari riset ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Bahwa riset ini diharapkan mampu berkontribusi dalam diseminasi dan pengembangan ilmu akuntansi, khususnya berkaitan *Islamic Social Reporting*. Temuan dalam riset ini diharapkan mampu mengembangkan temuan riset sebelumnya serta mampu menjadi inspirasi atau tambahan literatur untuk penelitian selanjutnya terkait determinan pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Manajemen Perusahaan Syariah

Temuan dalam riset ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan oleh manajemen perusahaan syariah terkait bagaimana memaksimalkan pengungkapan *Islamic Social Reporting* sehingga laporan tahunan yang dipublikasikan bermutu tinggi dan sesuai ketentuan syariah.

b. Bagi Investor

Keberadaan riset ini diharapkan mampu menyumbang informasi tambahan kepada investor khususnya dalam pasar modal syariah. Temuan dalam penelitian ini diharapkan mampu menjabarkan mengenai *Islamic Social Reporting* yang sepatutnya tersedia dalam *annual report* maupun *sustainability report* dan dijadikan sebagai pertimbangan dalam menentukan langkah investasi.

1.4 Sistematika Penulisan

Penulis menyusun riset ini secara sistematis dengan tujuan supaya mudah dibaca dan dipahami. Penulisan penelitian ini memuat lima bab yang mana didalamnya terdapat keterkaitan antara masing-masing bab, yang secara garis besar diuraikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian awal dari riset ini ialah bagian pengantar penelitian yang menjabarkan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bagian ini mengulas teori-teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini, lalu dilanjutkan dengan informasi penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan juga hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bagian ini memuat pemaparan terkait variabel dan definisi operasional, populasi dan sampel penelitian, jenis data dan sumber dari mana data diambil , metode pengumpulan data, dan metode atau teknik analisis data penelitian yang telah dihimpun.

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS

Bagian ini menyuguhkan *output* dan analisis dari prosedur riset yang telah dilewati yang mana mencakup deskripsi objek penelitian, analisis data, serta interpretasi hasil.

BAB V : PENUTUP

Bagian ini ialah bagian final dari penyusunan studi ini. Pada bagian ini dijabarkan kesimpulan penelitian secara menyeluruh, keterbatasan penelitian, dan juga saran untuk riset berikutnya.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

Bab kedua akan memaparkan maupun membahas secara rinci perihal teori legitimasi, *sharia enterprise theory* (SET), pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Islamic Social Reporting* (ISR), ukuran perusahaan, profitabilitas, usia perusahaan, dan dewan komisaris independen sebagai tumpuan teoritis yang dipakai riset ini. Pada bagian ini akan dikupas pula berbagai riset terdahulu, dilanjutkan dengan penggambaran kerangka pemikiran, lalu diakhiri hipotesis yang dimunculkan dalam riset ini.

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

Dowling dan Pfeffer (1975) ialah pencetus pertama *legitimacy theory* yang menyoroti adanya interaksi antara entitas bisnis dengan masyarakat. Teori ini menegaskan bahwa perusahaan terikat dengan masyarakat beserta dengan norma-norma sosial yang melekat pada masyarakat. Ghozali (2020) mengatakan bahwa teori legitimasi didasarkan pada gagasan bahwa terdapat “kontrak sosial” antara perusahaan dengan masyarakat sekitar tempat perusahaan beroperasi. Konsep “kontrak sosial” mewakili bermacam ekspektasi masyarakat baik yang implisit maupun eksplisit terkait dengan bagaimana perusahaan harus menjalankan operasi bisnisnya.

Legitimasi mencerminkan kondisi psikologis penerimaan atau pengakuan dari individu atau kelompok individu terhadap suatu gejala di lingkungannya. Konsisten dengan teori ketergantungan sumber daya, legitimasi dianggap sebagai

"sumber daya" yang diinginkan perusahaan dan didapatkan dari masyarakat yang mana perusahaan bergantung padanya untuk bertahan hidup (Deegan, 2019). Akan tetapi, seringkali nilai-nilai perusahaan berbeda dengan nilai-nilai sosial masyarakat. Perbedaan ini dikenal sebagai *legitimacy gap* dan dinilai bisa berdampak pada kemampuan perusahaan dalam melanjutkan operasi bisnisnya (Dowling & Pfeffer, 1975). Menurut Wartick dan Mahon (1994), terdapat tiga kemungkinan alasan dari munculnya *legitimacy gap*. Alasan pertama, terjadi perubahan pada kinerja perusahaan sedangkan ekspektasi publik terhadap kinerja perusahaan tetap. Alasan yang kedua adalah kinerja perusahaan tetap tetapi terjadi perubahan pada ekspektasi masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Alasan yang ketiga sekaligus terakhir, *legitimacy gap* dapat terjadi ketika kinerja perusahaan maupun ekspektasi masyarakat berubah arah perubahannya berlawanan atau pada waktu yang tidak bersamaan.

Legitimasi dari masyarakat terhadap keberadaan perusahaan menjadi faktor esensial bagi eksistensi dan kontinuitasnya. Untuk dapat mengelola legitimasi, O'Donovan (2002) mengatakan bahwa perusahaan harus tahu bagaimana legitimasi dapat diperoleh, bertahan, dan bahkan hilang. Perusahaan perlu melakukan identifikasi dan evaluasi nilai terhadap setiap aktivitasnya lalu menyesuaikannya dengan nilai-nilai yang diharapkan masyarakat. Perusahaan akan senantiasa mengambil langkah-langkah untuk memastikan proses bisnis dan kinerja mereka memperoleh sambutan baik dari masyarakat sebagai upaya untuk mempertahankan eksistensinya di tengah lingkungan masyarakat tersebut.

Teori legitimasi dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menjadi dua hal yang berkaitan. Teori ini menjadi landasan teori utama di hampir semua penelitian di bidang akuntansi sosial dan lingkungan. Mengingat bahwa *Islamic Social Reporting* ialah wujud pengungkapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan syariah, teori legitimasi menjadi relevan untuk melandasi pelaksanaan riset ini. ISR yang baik dapat menjadi salah satu elemen esensial bagi perusahaan syariah dalam rangka memperoleh legitimasi dari masyarakat.

2.1.2 Sharia Enterprise Theory

Sharia enterprise theory (SET) menjadi landasan teori dalam berbagai studi dan praktik akuntansi syariah. SET ialah hasil pengembangan dan modifikasi *enterprise theory* yang mengakui bahwa kekuasaan ekonomi tidak hanya ada pada satu tangan yakni *shareholder*, tetapi juga pada banyak tangan dalam hal ini pemangku kepentingan secara lebih luas (Widjaya & Kurniawan, 2012). *Enterprise theory* dinilai sebagai teori yang tepat untuk diinternalisasi dengan nilai-nilai Islam untuk kemudian mendasari penerapan prinsip syariah dalam ekonomi.

Menurut Triyuwono (2017), teori ini menegaskan bahwa kepemilikan yang utama berada pada Allah SWT sebagai Pemilik dan Pencipta seluruh alam semesta. Artinya, sumber daya yang diberikan melalui pemangku kepentingan kepada perusahaan ialah amanah milik Allah SWT. Kemudian perusahaan wajib menggunakannya dengan cara yang sesuai syariah dan untuk tujuan yang membawa rahmat. Maka dari itu, SET mengandung dua dimensi akuntabilitas yakni akuntabilitas vertikal dan akuntabilitas horizontal (Meutia, 2021).

Akuntabilitas vertikal sebagai pertanggungjawaban utama yang mana ditujukan kepada Allah SWT. Kemudian diperluas dengan akuntabilitas horizontal yang dipertanggungjawabkan kepada tiga pihak antara lain:

1. *Direct stakeholder*

Yang termasuk dalam *direct stakeholder* misalnya karyawan dan pemegang saham. Bentuk akuntabilitas kepada karyawan meliputi adanya pengungkapan terkait kebijakan upah dan remunerasi secara adil, pemberian pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan kompetensi karyawan, serta pemberian jaminan kesehatan dan keselamatan kerja bagi karyawan. Sedangkan bentuk akuntabilitas kepada pemegang saham berupa laporan tahunan beserta hasil audit yang secara komprehensif mengungkapkan informasi finansial maupun non finansial.

2. *Indirect stakeholder*

Yang dimaksud *indirect stakeholder* dalam SET adalah masyarakat. Akuntabilitas perusahaan terhadap masyarakat misalnya pengungkapan aktivitas perusahaan dalam rangka berkontribusi dalam kehidupan masyarakat di bidang agama, sosial, kesehatan, dan pendidikan.

3. Alam

Bentuk akuntabilitas kepada alam dalam SET meliputi pengungkapan aspek lingkungan dalam aktivitas operasi perusahaan dan kesadaran untuk melakukan upaya pelestarian lingkungan.

.Keterkaitan SET dengan riset ini adalah terkait bagaimana ISR menjadi bentuk pemenuhan pertanggungjawaban perusahaan baik secara vertikal maupun horizontal. Tingkat pemenuhan pengungkapan ISR mencerminkan komitmen perusahaan dalam menerapkan prinsip syariah dalam kegiatan bisnisnya. Hussain *et al* (2021) mengatakan bahwa Pengungkapan setiap aspek informasi yang relevan kepada publik dalam laporan tahunan merupakan bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada Allah SWT .

2.1.3 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

2.1.3.1 Pengertian Pengungkapan CSR

Pengungkapan (*disclosure*) berarti penyampaian informasi dari suatu perusahaan kepada pihak yang berkepentingan. Informasi yang diungkapkan oleh perusahaan harus jelas, bermanfaat dan tidak ambigu karena akan digunakan sebagai pertimbangan utama untuk pengambilan keputusan ekonomi oleh pengguna laporan (Chairiri & Ghozali, 2007). Selama beberapa tahun terakhir, perusahaan dituntut untuk memperluas aspek informasi yang diungkapkan pada laporan perusahaan daripada sebatas informasi keuangan. Hal ini misalnya informasi mengenai pengungkapan sosial sebagai wujud perluasan dari pelaporan keuangan yang menggambarkan ekspektasi publik terhadap kontribusi entitas bisnis dalam perekonomian (Haniffa, 2002).

Perhatian terhadap *corporate social responsibility* (CSR) dalam bisnis kian meningkat. Menurut Jamali dan Mirshak (2007), fenomena ini tercermin dari peningkatan tingkat akuntabilitas dan transparansi perusahaan terhadap konsekuensi kegiatan operasional perusahaan kepada lingkungan dan masyarakat.

Kelompok *stakeholder* yang beragam dengan kepentingan yang berbeda satu-sama lain menjadi tantangan bagi perusahaan dalam praktik dan pengungkapan CSR. Area CSR telah berkembang ke skala yang luas yang mengharuskan perusahaan untuk mempertahankan berbagai perilaku CSR seperti ramah karyawan, ramah lingkungan, ramah investor, memperhatikan etika, dan menghormati masyarakat (Mehedi & Jalaludin, 2020).

Dilihat dari berbagai studi, sejauh ini belum ada suatu definisi yang tetap untuk CSR. CSR didefinisikan dengan interpretasi yang beragam tetapi secara garis besar mengandung makna yang serupa. Schermerhon (1992) mendefinisikan CSR sebagai usaha perusahaan dalam bertindak dengan caranya sendiri untuk memenuhi kepentingan internal organisasi dan kepentingan publik eksternal. Pendekatan CSR berusaha mengintegrasikan kegiatan operasional bisnis dengan kepedulian sosial perusahaan kepada lingkungan sosial.

Wibisono (2007) mendeskripsikan CSR sebagai wujud komitmen perusahaan kepada *stakeholder* untuk bertindak secara etis serta memenuhi semua aspek ekonomi, sosial, dan ekologi secara memadai untuk tujuan keberlanjutan. Praktik CSR dipandang sebagai inti dari praktik etika bisnis oleh perusahaan. CSR menggambarkan komitmen entitas bisnis untuk mengambil peran dalam perwujudan ekonomi berkelanjutan melalui penekanan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan yang seimbang (Untung, 2008).

2.1.3.2 Dasar Hukum Pengungkapan CSR di Indonesia

UU No. 40 Tahun 2001 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) merupakan tonggak perkembangan implementasi konsep CSR di Indonesia. UU PT

mengenalkan CSR memakai sebutan tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL). Pasal 1 Butir 3 mengartikan TJSL sebagai komitmen keterlibatan perusahaan dalam perwujudan ekonomi berkelanjutan dalam rangka menaikkan mutu hidup dan lingkungan yang bermanfaat baik bagi perusahaan itu sendiri maupun bagi komunitas lokal dan masyarakat. Lebih lanjut dalam Pasal 74 ditegaskan bahwa pelaksanaan TJSL oleh perusahaan sifatnya wajib dan bagi perusahaan yang tidak melaksanakan dapat dikenakan sanksi. Perusahaan juga wajib menyampaikan laporan pelaksanaan TJSL dalam laporan tahunannya sebagaimana diatur dalam Pasal 66 UU PT.

Untuk melengkapi ketentuan yang belum diatur dalam UU PT, diterbitkan Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) Perseroan Terbatas. Peraturan tersebut mempertegas kewajiban perseroan dalam pengungkapan CSR. Dengan adanya dasar hukum yang mengikat bagi aktivitas sekaligus pelaporan CSR oleh perusahaan di Indonesia, kini CSR tidak lagi sekadar menjadi pilihan yang sifatnya sukarela, melainkan merupakan suatu keharusan. Umumnya setiap tahun perusahaan menyampaikan implementasi CSR secara rinci pada laporan keberlanjutan (*sustainability report*). Beberapa perusahaan juga melaporkan garis besar implementasi CSR pada laporan tahunan mereka.

2.1.3.3 Manfaat CSR

Tak hanya sebagai pemenuhan kewajiban hukum dan etis, CSR juga dapat menjadi keunggulan kompetitif perusahaan yang dapat mendatangkan

banyak manfaat. Berikut beberapa manfaat implementasi CSR bagi perusahaan (Untung, 2008):

1. Menjaga dan menaikkan nama baik dan *brand image* perusahaan.
2. Mengantongi izin dari lingkungan sosial untuk melangsungkan operasi bisnis.
3. Mengurangi risiko bisnis
4. Meningkatkan kemudahan akses sumber daya untuk operasional
5. Memperluas peluang pemasaran yang lebih besar
6. Mengurangi biaya khususnya dalam jangka panjang
7. Mempertahankan hubungan baik dengan pemangku kepentingan
8. Menjaga koneksi yang baik dengan regulator
9. Mendongkrak motivasi dan produktivitas kinerja karyawan
10. Kesempatan memperoleh pengakuan atau penghargaan

Selain mendatangkan manfaat bagi perusahaan sendiri, dampak positif dari implementasi CSR juga dapat dirasakan oleh pemerintah dan masyarakat (Syairozi, 2019), yakni:

A. Bagi Pemerintah

Aktivitas CSR umumnya ditujukan untuk membantu mengatasi isu atau masalah sosial yang ada di daerah khususnya lingkungan sekitar tempat perusahaan beroperasi. Melalui program CSR, Pemerintah bersama perusahaan dapat berkolaborasi dalam rangka menuntaskan berbagai isu sosial mencakup masalah kualitas pendidikan, terbatasnya akses kesehatan, serta pembangunan fasilitas publik.

B. Bagi Masyarakat

CSR berperan dalam membantu berbagai sektor kehidupan masyarakat misalnya sektor pendidikan melalui memberikan dukungan atau fasilitas pendidikan yang memadai dan berkualitas untuk masyarakat, sektor ketenagakerjaan dengan memberikan pelatihan keterampilan kerja.

2.1.4 Islamic Social Reporting (ISR)

2.1.4.1 Urgensi Pengembangan ISR

Manusia kelak di akhirat akan mempertanggungjawabkan segala yang dilakukannya selama hidup di dunia. Islam memberikan pedoman untuk setiap aktivitas yang dilakukan umat muslim dalam semua aspek kehidupan. Meskipun begitu, hal ini tidak membatasi umat muslim untuk senantiasa beradaptasi dan mengikuti perkembangan zaman termasuk dalam ekonomi dan bisnis. Telah disediakan pedoman yang memberikan tuntunan terkait bagaimana berbisnis sesuai dengan syariat Islam yakni pada Al-Qur'an dan As-Sunnah. Bisnis dalam Islam tidak mengejar keuntungan semata, tetapi harus ditujukan untuk memberikan manfaat pada lingkup yang lebih luas termasuk kaitannya dengan kesejahteraan masyarakat, persaudaraan, kepedulian sosial, dan kemaslahatan lainnya. Salah satu wujud akuntabilitas bisnis berbasis syariah ialah komitmen entitas bisnis terkait implementasi praktik CSR beserta penyajian laporan yang memenuhi basis syariah (Susbiyani *et al.*, 2022).

Konsep tanggung jawab sosial sejalan dengan ajaran agama Islam yang sangat memperhatikan kemaslahatan manusia. Urgensi tanggung jawab sosial

dalam perspektif Islam tidak terlepas dari perintah Allah SWT yang terkandung pada ayat Al-Qur'an berikut:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya : “*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.*” (Q.S An-Nahl/16:90)

Konsep terkait pengungkapan sosial berbasis prinsip syariah secara perdana digagas di tahun 2002 oleh Roszaini Haniffa melalui sebuah penelitian dengan judul “*Social Reporting Disclosure: An Islamic Perspective*”. Dalam penelitiannya tersebut, Haniffa (2002) menyoroti adanya beberapa keterbatasan dalam pengungkapan sosial konvensional khususnya terkait kurangnya pertimbangan aspek spiritual. Maka dari itu, dikembangkan sebuah konsep pengungkapan sosial berlandaskan ketentuan syariah yang selanjutnya populer dengan sebutan *Islamic Social Reporting* (ISR). Pengembangan konsep ISR ini mengandung dua tujuan utama yakni akuntabilitas dan transparansi. Akuntabilitas menekankan ISR sebagai wujud pemenuhan tanggung jawab perusahaan kepada Allah SWT dan masyarakat. Sedangkan transparansi berarti menyediakan informasi yang relevan untuk pengambilan keputusan bagi umat muslim.

2.1.4.2 Indeks ISR

Berbagai penelitian terkait ISR menggunakan indeks ISR yang terdiri dari sejumlah item pengungkapan sebagai indikator pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan syariah. Haniffa (2002) menginisiasi lima tema

pengungkapan Indeks ISR yang selanjutnya dimodifikasi oleh Othman *et al* (2009) dengan satu tema pengungkapan tambahan. Enam tema pengungkapan ISR yang dikembangkan oleh Haniffa (2002) dan Othman *et al* (2009) tersebut antara lain:

1. Pendanaan dan Investasi (*Finance and Investment*)

Fokus utama dari tema ini ialah menyangkut pengungkapan informasi terkait aktivitas riba, aktivitas gharar, dan zakat. Aktivitas yang mengandung riba dan gharar jelas tak sesuai syariah dalam praktik ekonomi Islam. Ibn al-‘Arabi al-Mâliki dalam bukunya *Ahkâm al-Qur’an* mengatakan bahwa riba secara bahasa memiliki arti tambahan (*ziyâdah*), tetapi riba dalam ayat Qur’ani berarti setiap kelebihan tanpa adanya imbalan yang dibenarkan oleh syariah (Antonio, 2001). Sedangkan gharar artinya unsur khayalan atau ketidakpastian dalam akad transaksi. Mengingat bahwa zakat merupakan perintah yang sifatnya wajib, pengelolaan zakat juga perlu diungkapkan oleh entitas syariah. Pengungkapan terkait zakat ini meliputi metode yang digunakan, jumlah yang dibayarkan, dan pihak yang menerima.

2. Produk dan jasa (*Products and Service*)

Tema pengungkapan ini menyangkut berbagai sifat yang terikat pada produk dan jasa yang dihasilkan oleh entitas syariah. Hal ini meliputi produk dan aktivitas operasi yang *eco-friendly*, status halal pada produk, kualitas dan keamanan produk, serta komplain pelanggan atau peristiwa ketidakpatuhan perusahaan terhadap aturan yang berlaku.

Item-item informasi tersebut perlu dilaporkan untuk meyakinkan bahwa produk dan jasa yang dihasilkan tidak melanggar syariat.

3. Karyawan (*Employees*)

Tema ini menyoroti etika perusahaan dalam menjamin kesejahteraan karyawannya. Hal ini meliputi banyak hal seperti informasi upah, gaji, remunerasi, tunjangan, jam kerja, pengembangan SDM, keselamatan kerja, kesetaraan hak, lingkungan kerja, kesempatan beribadah dan sebagainya. Perusahaan harus memastikan bahwa karyawan bekerja sesuai dengan kewajibannya dan memperoleh seluruh haknya.

4. Masyarakat (*Society*)

Tema masyarakat menekankan pada pengungkapan informasi aktivitas sosial perusahaan yang ditujukan untuk masyarakat. Berbagai bentuk aktivitas sosial ini meliputi sedekah, wakaf, qardhul hasan, beasiswa, *charity*, sponsor, dan lain sebagainya. Tema ini mencakup informasi jenis aktivitas, jumlah nominal yang dikeluarkan, dan pihak penerima.

5. Lingkungan (*Environment*)

Islam sangat memperhatikan keseimbangan dan kelestarian lingkungan untuk kemaslahatan manusia. Informasi terkait kesadaran perusahaan terhadap isu lingkungan perlu diungkapkan. Tema pengungkapan lingkungan berfokus pada penggunaan sumber daya dan upaya konservasi lingkungan oleh perusahaan. Tema ini mencakup beberapa item diantaranya pelestarian lingkungan, pencegahan pencemaran lingkungan, audit lingkungan, edukasi lingkungan, dan sebagainya.

6. Tata Kelola Perusahaan (*Corporate Governance*)

Tema tata kelola perusahaan ditambahkan oleh Othman *et al* (2009) mengingat *stakeholder* memerlukan informasi apakah perusahaan dikelola sesuai dengan prinsip dan kaidah Islam. Tema ini mencakup sejumlah item diantaranya kepatuhan syariah, struktur kepemilikan saham, penghindaran aktivitas terlarang (monopoli, manipulasi harga, penimbunan, *fraud*, *gambling*, dsb), serta kebijakan anti korupsi.

2.1.5 Indeks Saham Syariah Indonesia

Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) ialah indikator yang menggambarkan pergerakan harga dari saham syariah yang terdaftar di BEI. Konstituen ISSI mencakup seluruh saham yang terdaftar dalam Daftar Efek Syariah (DES) serta papan utama dan pengembangan BEI. *Review* terhadap konstituen ISSI mengikuti jadwal *review* DES yang ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang biasanya dilakukan dua tahun sekali yakni di bulan Mei dan November.

Mekanisme transaksi saham syariah dilakukan dengan berlandaskan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) Nomor 40/DSN-MUI/X/2003 tentang Pasar Modal dan Pedoman Umum Penerapan Prinsip Syariah di Bidang Pasar Modal. Fatwa ini mencakup ketentuan kriteria emiten atau perusahaan publik syariah yang kemudian secara lebih lanjut diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 35 /POJK.04/2017 tentang Kriteria dan

Penerbitan Daftar Efek Syariah. Dalam peraturan tersebut, suatu emiten atau perusahaan publik dikatakan syariah apabila:

1. tidak melakukan kegiatan dan jenis usaha yang bertentangan dengan Prinsip Syariah di Pasar Modal yang meliputi:
 - a) perjudian dan permainan yang tergolong judi;
 - b) jasa keuangan ribawi;
 - c) jual beli risiko yang mengandung unsur ketidakpastian (gharar) dan/atau judi (maisir);
 - d) memproduksi, mendistribusikan, memperdagangkan, dan/atau menyediakan:
 - 1) barang atau jasa haram zatnya (haram li-dzatihi);
 - 2) barang atau jasa haram bukan karena zatnya (haram li-ghairihi) yang ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional - Majelis Ulama Indonesia;
 - 3) barang atau jasa yang merusak moral dan bersifat mudarat; dan/atau
 - 4) barang atau jasa lainnya yang bertentangan dengan prinsip syariah berdasarkan ketetapan dari Dewan Syariah Nasional - Majelis Ulama Indonesia; dan e) melakukan kegiatan lain yang bertentangan dengan prinsip syariah berdasarkan ketetapan dari Dewan Syariah Nasional - Majelis Ulama Indonesia;
2. tidak melakukan transaksi yang bertentangan dengan Prinsip Syariah di Pasar Modal;

3. memenuhi rasio keuangan sebagai berikut:
 - a) total utang yang berbasis bunga dibandingkan dengan total aset tidak lebih dari 45% (empat puluh lima persen); dan
 - b) total pendapatan bunga dan pendapatan tidak halal lainnya dibandingkan dengan total pendapatan usaha dan pendapatan lain-lain tidak lebih dari 10% (sepuluh persen);

2.1.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (*firm size*) menurut Riyanto (2001) bermakna tingkat besar kecilnya perusahaan yang dinilai melalui total nilai ekuitas, total nilai penjualan, rerata penjualan, maupun nilai aktiva. Sedangkan Brigham & Houston (2006) memaknai ukuran perusahaan sebagai tingkat rerata total penjualan bersih tahunan selama beberapa tahun untuk menilai besar kecilnya perusahaan. Dengan begitu, dapat dicapai konklusi bahwa ukuran perusahaan ialah suatu skala atau perbandingan guna menentukan besar kecilnya perusahaan memakai berbagai pengukuran tertentu.

Ukuran perusahaan seringkali dijadikan tolak ukur untuk menentukan tingkat kedewasaan (*maturity*) suatu perusahaan. Hal ini terkait dengan bagaimana perusahaan mengelola kekayaan yang dimiliki untuk operasi bisnisnya. Total kekayaan perusahaan dan bagaimana pengelolaannya menentukan tingkat kedewasaan yang telah dicapai perusahaan. Entitas bisnis yang telah mencapai tingkat kedewasaan tertentu memiliki pengendalian yang lebih baik untuk mampu menghadapi fluktuasi ekonomi dan persaingan pasar yang kian kompetitif.

Klasifikasi ukuran perusahaan termuat dalam UU No. 20 Tahun 2008 yang terdiri dari empat kategori perusahaan. Pengklasifikasian ini memakai kriteria yang mengacu pada total kepemilikan aset dan total penjualan perusahaan. Adapun empat kategori beserta masing-masing kriteria yang dimaksud tersebut antara lain:

1. Usaha ukuran mikro, yakni perusahaan dengan nilai total kekayaan bersih (tidak mencakup tanah maupun bangunan lokasi usaha) tidak melebihi Rp50.000.000,- serta angka hasil penjualan tahunan tidak melebihi Rp300.000.000,-
2. Usaha ukuran kecil, yakni perusahaan dengan nilai total kekayaan (tidak mencakup tanah maupun bangunan lokasi usaha) bersih di atas Rp50.000.000,- tetapi tidak melebihi Rp500.000.000,- serta angka hasil penjualan tahunan melebihi Rp300.000.000,- tetapi tidak melebihi Rp2.500.000.000,-.
3. Usaha ukuran menengah, yakni perusahaan dengan besar total kekayaan bersih (tidak mencakup tanah maupun bangunan lokasi usaha) di atas Rp500.000.000,- tetapi tidak melebihi Rp10.000.000.000,- serta angka hasil penjualan tahunan melebihi Rp2.500.000.000,- tetapi tidak melebihi Rp50.000.000.000,-.
4. Usaha ukuran besar, yakni perusahaan dengan nilai total kekayaan bersih (tidak mencakup tanah maupun bangunan lokasi usaha) melebihi Rp10.000.000.000,- serta angka hasil penjualan tahunan melebihi Rp50.000.000.000,- .

Ukuran perusahaan juga seringkali dikaitkan dengan akses kepemilikan sumber daya oleh perusahaan. Ukuran perusahaan pada prinsipnya berbanding lurus dengan kepemilikan akses sumber daya perusahaan. Perusahaan berukuran besar diasumsikan mempunyai akses sumber daya yang lebih memadai pula. Begitu pula sebaliknya, semakin kecil perusahaan umumnya cenderung memiliki sumber daya yang relatif terbatas.

2.1.7 Profitabilitas

Anggraini & Wulan (2019) mengartikan profitabilitas sebagai kapabilitas suatu perusahaan dalam menciptakan sejumlah laba (*profit*) untuk meningkatkan nilai *shareholder*. Rasio profitabilitas mengindikasikan kecakapan perusahaan dalam hal pencarian keuntungan selama periode tertentu. Kecakapan tersebut umumnya menyangkut efisiensi penggunaan modal dan aktiva perusahaan untuk menghasilkan laba. Tingkat profitabilitas dapat dinilai dengan mengaplikasikan beberapa pilihan rasio seperti *return on assets* (ROA), *return on equity* (ROE), *earning per share* (EPS) maupun *net profit margin* (NPM).

Laba berkaitan erat dengan pendapatan yang mana dalam Islam harus jelas sumber perolehan dan peruntukannya. Perusahaan syariah harus dapat memastikan bahwa laba diperoleh secara halal dan bebas dari unsur yang dilarang dalam Islam serta digunakan untuk hal yang bermanfaat. Dalam perspektif Islam, perusahaan wajib bersedia melakukan pengungkapan penuh terlepas dari tingkat profitabilitasnya (Haniffa, 2002). Artinya baik dalam keadaan mampu menghasilkan laba maupun sebaliknya, perusahaan tetap harus menyampaikan informasi secara jujur dan lengkap sebagai bentuk pertanggungjawaban.

Brigham dan Houston (2006) berpandangan bahwa tingkat pencapaian laba juga merefleksikan efektivitas dari serangkaian ketetapan dan keputusan manajemen. Berlandaskan pada pandangan tersebut, perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi diekspektasikan mempunyai kecakapan dalam pengungkapan sosial. Bowman & Haire (1975) mengungkapkan bahwa pengungkapan sosial memerlukan gaya manajerial yang efektif sebagaimana yang dipergunakan dalam pencapaian laba. Kian tinggi profitabilitas perusahaan maka informasi yang diungkapkan perusahaan cenderung lebih banyak pula.

2.1.8 Umur Perusahaan

Secara bahasa, umur perusahaan (*firm age*) ialah durasi waktu hidup perusahaan. Umur perusahaan menyatakan seberapa lama suatu perusahaan telah didirikan dan menjalankan aktivitas operasi bisnisnya serta cakap dalam bersaing dengan kompetitornya (Widiyanti & Hasanah, 2018). Umur perusahaan bukanlah hal remeh yang dapat dipandang sebelah mata karena merupakan salah satu faktor pertimbangan stakeholder dalam mengambil keputusan. Kecakapan perusahaan dalam menjaga kontinuitas dan beradaptasi dalam persaingan pasar tercermin dari umur perusahaan.

Marwata dalam Hussain *et al.* (2021) mengungkapkan umur perusahaan berkaitan dengan kualitas pengungkapan informasi perusahaan mengingat banyaknya pengalaman yang dimilikinya. Semakin lama perusahaan berdiri maka sudah sepatutnya memiliki pengetahuan dan kemampuan yang lebih mumpuni dalam melakukan pengungkapan. Pengalaman perusahaan menyampaikan laporan setiap tahun dapat menjadi bekal bagi perusahaan untuk menganalisis dan

menentukan informasi seperti apa yang diharapkan dan dibutuhkan oleh para pengguna laporan tahunannya.

2.1.9 Dewan Komisaris Independen

Dewan komisaris ialah organ perseroan yang menjalankan tugas pengawasan dan menyampaikan masukan kepada direksi tertuang pada anggaran dasar perusahaan. Dalam menjalankan tugasnya tersebut, diperlukan komisaris independen untuk memantau kejadian atau kebijakan memiliki potensi dampak maupun benturan kepentingan antara prinsipal dan agen (Susbiyani *et al.*, 2022). Komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak mempunyai hubungan afiliasi baik dengan anggota dewan komisaris lainnya, anggota dewan direksi, pemegang saham pengendali, maupun dengan perusahaan. Afiliasi yang dimaksud antara lain hubungan keluarga, kekerabatan kepemilikan saham, keuangan, maupun kepengurusan.

Susbiyani *et al.* (2022) menegaskan bahwa sebagai pihak yang independen dan netral, komisaris independen menjadi jembatan asimetri informasi antara pemilik dan manajemen. Hal ini dilakukan komisaris independen dengan mendorong anggota dewan komisaris lain untuk melaksanakan tugas pengawasan dengan lebih baik. Efektivitas pengawasan pada akhirnya akan meningkatkan kualitas kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan termasuk dalam hal pengungkapan informasi.

Kian besar proporsi dewan komisaris independen diekspektasikan mampu mendongkrak efektivitas pengawasan yang dilaksanakan oleh dewan komisaris terhadap manajemen. Menurut Mukhibad dan Fitri (2020), independensi akan

mendorong dewan komisaris independen untuk membuat keputusan yang lebih objektif. Hal ini berarti dalam bertindak menjalankan tugasnya, dewan komisaris independen tidak hanya berpihak pada kepentingan manajemen tetapi juga mempertimbangkan kepentingan seluruh *stakeholder*.

2.2 Penelitian Terdahulu

Sejumlah riset telah digarap sebelumnya guna meninjau sejumlah faktor yang berpotensi memengaruhi tingkat *Islamic Social Reporting* (ISR). Penulis mempelajari beberapa riset terdahulu guna memperoleh inspirasi dan mengurangi risiko kesamaan penelitian. Adapun beberapa penelitian terdahulu tersebut ialah antara lain:

1. Othman *et al.* (2009), melakukan riset dengan judul “*Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shariah Approved Companies in Bursa Malaysia*” dengan sampel sebanyak 56 perusahaan syariah yang tercatat di Bursa Malaysia selama periode 2004-2006. Riset ini menjadikan pengungkapan ISR sebagai variabel terikat dan menggunakan empat variabel bebas yakni ukuran perusahaan, profitabilitas, komposisi dewan, dan tipe industri. Temuan dari riset ini menegaskan bahwa ditemukan pengaruh yang signifikan untuk variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, komposisi dewan terhadap pengungkapan ISR. Sedangkan pengaruh variabel tipe industri terhadap pengungkapan ISR terbukti tidak signifikan.
2. Sunarsih dan Ferdiansyah (2017), melakukan riset dengan judul “*Determinants of The Islamic Social Reporting Disclosure*”. Sebanyak

30 perusahaan yang terdaftar dalam Daftar Efek Syariah (DES) tahun 2012-2014 menjadi sampel dalam riset ini. Adapun variabel dependen riset ini ialah pengungkapan ISR. Kemudian variabel independen yang digunakan dalam riset ini antara lain sukuk, ukuran perusahaan, dan profitabilitas. Studi ini menghasilkan bukti bahwa penerbitan sukuk dan profitabilitas tidak memengaruhi pengungkapan ISR. Di lain sisi, untuk variabel ukuran perusahaan menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan ISR.

3. Widiyanti dan Hasanah (2018), yang melakukan riset terkait faktor-faktor yang memengaruhi pengungkapan ISR dengan menggunakan sampel berupa 55 perusahaan yang terdaftar pada Jakarta Islamic Index (JII) pada tahun 2011-2015. Pengungkapan ISR menjadi variabel dependen yang diteliti dalam riset ini. Sedangkan variabel independen yang digunakan ialah *current ratio*, ROA, umur perusahaan, dan tipe industri. Hasil riset menunjukkan bahwa likuiditas, profitabilitas, umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR. Sedangkan untuk variabel tipe industri hasilnya sejalan dengan riset Othman *et al.* (2009) yakni pengaruhnya tidak signifikan.
4. Budiandru (2021), melaksanakan riset terkait ISR berjudul “*Factors Affecting Islamic Social Reporting in the Halal Industry Sector*” dengan 44 perusahaan pada sektor industri halal terseleksi sebagai sampel penelitian. Variabel dependen yang diteliti pada riset ini ialah pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Adapun *halal lifestyle*,

profitabilitas, dan leverage sebagai variabel independen. Hasil riset membuktikan bahwa seluruh variabel independen yang diteliti memengaruhi pengungkapan ISR secara signifikan.

5. Hussain *et al.* (2021), melakukan riset dengan judul “*Determinants of Islamic Social Reporting in Islamic Banks of Pakistan*”. Penelitian dilakukan terhadap bank syariah yang terdaftar di Bursa Efek Pakistan untuk periode 2012–2019. Studi ini meneliti pengungkapan ISR sebagai variabel terikat. Ukuran perusahaan, ROA, umur perusahaan, total dewan, dan rasio dewan independen terhadap total dewan berperan sebagai variabel bebas dalam riset ini. Hasil dari studi ini membuktikan bahwa variabel ukuran perusahaan, profitabilitas perusahaan, umur perusahaan, dan ukuran dewan merupakan determinan penting untuk pengungkapan ISR. Sedangkan untuk variabel dewan independen bukan merupakan determinan pengungkapan ISR.
6. Susbiyani *et al.* (2022), melakukan riset berjudul “*Determinants of Islamic Social Reporting Disclosure and Its Effect on Firm’s Value*”. Studi ini menggunakan 24 perusahaan yang tercatat pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) untuk menjadi sampel penelitian. Pengungkapan ISR berperan sebagai variabel dependen sekaligus variabel intervening untuk variabel dependen nilai perusahaan. Kemudian untuk variabel bebas yang digunakan ialah proporsi dewan komisaris independen, dan ROA.. Studi ini menyatakan beberapa hasil riset antara lain:

- a) Dewan komisaris independen secara positif dan signifikan memengaruhi pengungkapan ISR. Kemudian dengan pengungkapan ISR sebagai variabel intervening, variabel ini juga memengaruhi nilai perusahaan.
- b) Profitabilitas memengaruhi tingkat ISR secara positif dan signifikan. Kemudian dengan pengungkapan ISR sebagai variabel intervening, variabel ini juga memengaruhi nilai perusahaan.
- c) Pengungkapan ISR terbukti secara positif dan signifikan memengaruhi nilai perusahaan.

Tabel 2. 1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Othman <i>et al.</i> (2009)	<i>“Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shariah Approved Companies in Bursa Malaysia”</i>	Variabel Dependen: ISR Variabel Independen: ukuran perusahaan, profitabilitas, komposisi dewan, tipe	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan komposisi dewan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR. • Pengaruh variabel tipe industri terhadap pengungkapan ISR terbukti tidak signifikan.

			industri	
2	Sunarsih dan Ferdiansyah (2017)	“ <i>Determinants of The Islamic Social Reporting Disclosure</i> ”	<p>Variabel</p> <p>Dependen: pengungkapan ISR</p> <p>Variabel</p> <p>Independen: sukuk, ukuran perusahaan, profitabilitas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Penerbitan sukuk dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR. • Ukuran perusahaan secara positif dan signifikan memengaruhi pengungkapan ISR.
3	Widiyanti dan Hasanah (2018)	“Analisis Determinan Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) (Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index (JII) Tahun	<p>Variabel</p> <p>Dependen: pengungkapan ISR</p> <p>Variabel</p> <p>Independen: <i>current ratio</i>, ROA, umur perusahaan, tipe industri</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Likuiditas, profitabilitas, umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR. • Variabel tipe industri pengaruhnya tidak signifikan terhadap pengungkapan ISR.

		2011-2015)”		
4	Budiandru (2021)	“ <i>Factors Affecting Islamic Social Reporting in the Halal Industry Sector</i> ”	<p>Variabel</p> <p>Dependen:</p> <p>pengungkapan ISR</p> <p>Variabel</p> <p>Independen:</p> <p><i>halal lifestyle,</i> profitabilitas, leverage</p>	Seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR.
5	Hussain et al. (2021)	“ <i>Determinants of Islamic Social Reporting in Islamic Banks of Pakistan</i> ”	<p>Variabel</p> <p>Dependen:</p> <p>pengungkapan ISR</p> <p>Variabel</p> <p>Independen:</p> <p>ukuran perusahaan, ROA, umur perusahaan, total dewan, proporsi dewan</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran perusahaan, profitabilitas perusahaan, umur perusahaan, dan ukuran dewan merupakan determinan penting untuk pengungkapan ISR. • Proporsi dewan independen bukan merupakan determinan pengungkapan ISR.

			independen	
6	Susbiyani et al. (2022)	“Determinants of Islamic Social Reporting Disclosure and Its Effect on Firm’s Value”	<p>Variabel</p> <p>Dependen:</p> <p>pengungkapan ISR, nilai perusahaan</p> <p>Variabel</p> <p>Independen:</p> <p>proporsi dewan komisaris independen, ROA</p> <p>Variabel</p> <p>intervening:</p> <p>pengungkapan ISR</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dewan komisaris independen secara positif dan signifikan memengaruhi pengungkapan ISR. Kemudian dengan pengungkapan ISR sebagai variabel intervening, variabel ini juga memengaruhi nilai perusahaan. • Profitabilitas memengaruhi tingkat ISR secara positif dan signifikan. Kemudian dengan pengungkapan ISR sebagai variabel intervening, variabel ini juga memengaruhi nilai perusahaan. • Pengungkapan ISR terbukti secara positif dan

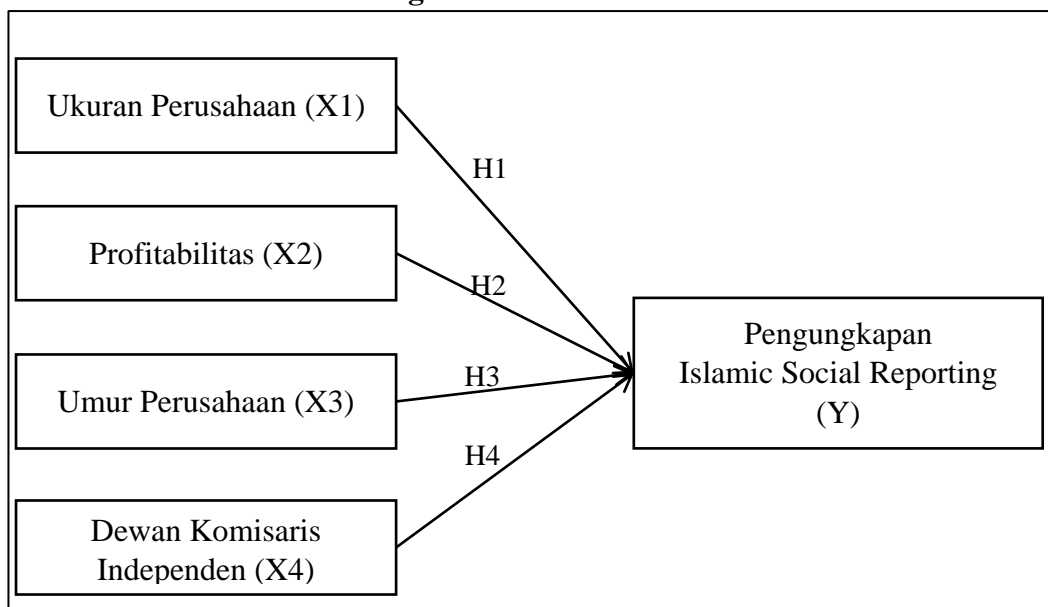
				signifikan memengaruhi nilai perusahaan.
--	--	--	--	--

Sumber: Penelitian Terdahulu

2.3 Kerangka Pemikiran

Peneliti mengembangkan kerangka penelitian sebagaimana tertera pada gambar 2.1 berikut dalam rangka mengilustrasikan hubungan logis di antara variabel dalam riset ini.

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran Penelitian



2.4 Hipotesis

2.4.1 Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan ISR

Ukuran perusahaan mengidentifikasi skala besar atau kecilnya perusahaan. Klasifikasi besar atau kecilnya perusahaan bisa ditentukan berdasarkan sejumlah perspektif pengukuran seperti nilai total aset, total ekuitas, maupun total penjualan. Dalam banyak riset, seringkali dijumpai ukuran perusahaan menjadi

variabel yang dipakai untuk menjelaskan faktor penentu pengungkapan sosial. Ukuran perusahaan diyakini menjadi salah satu determinan luas lingkup pengungkapan sosial perusahaan. Praktik dan pengungkapan tanggung jawab sosial tidak hanya ditujukan untuk perusahaan besar, melainkan juga perlu diimplementasikan oleh perusahaan menengah dan kecil.

Secara umum, untuk perusahaan berskala besar diekspektasikan akan menyediakan pengungkapan informasi yang lebih banyak dan berkualitas. Hal ini dikaitkan dengan kepemilikan sumber daya oleh perusahaan dalam kaitannya untuk membiayai aktivitas pengungkapan. Perusahaan yang besar memiliki akses sumber daya yang lebih besar pula baik terkait sumber daya keuangan, sumber daya manusia, maupun fasilitas dalam mengungkapkan ISR (Othman *et al.*, 2009). Begitu pula sebaliknya, semakin kecil perusahaan umumnya memiliki sumber daya yang relatif terbatas sehingga memerlukan biaya tambahan untuk melakukan pengungkapan ISR secara lengkap.

Argumen penguat lainnya dikaitkan dengan risiko politis yang dihadapi perusahaan. Semakin besar skala perusahaan maka akan diiringi dengan risiko politis yang semakin besar pula. Perusahaan berskala besar cenderung lebih disorot dan memerlukan legitimasi yang lebih kuat. Diperjelas oleh Hasibuan (2001) bahwa pengungkapan sosial bisa berperan sebagai salah satu alat untuk menekan risiko politis. Besarnya pengungkapan sosial menjadi upaya reduksi biaya politis perusahaan. Dengan mengekspresikan kepeduliannya terhadap lingkungan sosial dalam laporan tahunannya, perusahaan dapat terhindar dari besarnya biaya tuntutan masyarakat dalam jangka panjang. Dapat dikatakan

bahwa kepentingan pengungkapan sosial perusahaan akan semakin besar seiring dengan besarnya ukuran perusahaan.

Riset yang digarap oleh Othman *et al.* (2009), Sunarsih & Ferdiansyah (2017), dan Hussain *et al.* (2021) sepaham bahwa ukuran perusahaan terbukti memengaruhi pengungkapan ISR. Riset ini dimaksudkan untuk melakukan pengujian kembali hasil studi terdahulu tersebut. Dengan berlandaskan penjabaran di atas, peneliti mengajukan rumusan hipotesis pertama, yakni:

H1: Terdapat pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap tingkat pengungkapan ISR.

2.4.2 Profitabilitas dan Pengungkapan ISR

Profitabilitas menyatakan rasio tingkat profit yang diperoleh perusahaan. Menurut Harahap (2018), profitabilitas mencerminkan kecakapan entitas bisnis dalam menciptakan laba dengan memanfaatkan semua sumber daya dan kompetensi yang tersedia. Kecakapan dalam menghasilkan laba tersebut tentu tak terlepas dari gaya manajerial yang efektif. Gaya manajerial juga merupakan salah satu modal krusial dalam implementasi pengungkapan sosial oleh perusahaan. Bowman & Haire (1975) berpandangan bahwa gaya manajerial yang efektif dibutuhkan dalam pengungkapan sosial sebagaimana dalam pencapaian laba.

Penelitian Othman *et al.* (2009), Widiyanti & Hasanah (2018), Budiandru (2021), Hussain *et al.* (2021), dan Susbiyani *et al.* (2022) membuktikan bahwa profitabilitas memengaruhi pengungkapan ISR. Tingginya profitabilitas perusahaan umumnya akan diikuti dengan luasnya pengungkapan yang dilakukan. Semakin tinggi tingkat profitabilitasnya, suatu perusahaan dianggap mampu

menanggung biaya yang lebih tinggi dalam memperluas pengungkapan ISR (Widiyanti & Hasanah, 2018).

Penelitian Sunarsih & Ferdiansyah (2017) di lain sisi tidak dapat membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan ISR. Hal ini dikaitkan dengan argumen bahwa sebagian perusahaan masih memandang CSR sebagai pengurang pendapatan. Hasil ini juga sejalan dengan Haniffa (2002) yang menegaskan menurut perspektif syariah Islam, perusahaan tetap berkewajiban melakukan pengungkapan penuh baik dalam kondisi menghasilkan laba maupun tidak.

Adanya inkonsistensi hasil penelitian terdahulu tersebut menumbuhkan intensi penulis untuk melakukan pengujian kembali mengenai hal tersebut. Maka dari itu penulis merumuskan hipotesis kedua, yakni:

H2: Terdapat pengaruh positif profitabilitas terhadap tingkat pengungkapan ISR.

2.4.3 Umur Perusahaan dan Pengungkapan ISR

Umur perusahaan menyatakan durasi suatu perusahaan telah ada dalam menjalankan operasi bisnisnya. Durasi ini menggambarkan sejauh mana daya *survive* perusahaan dalam bersaing. Semakin tua umur perusahaan maka tuntutananya tidak hanya untuk tetap ada, melainkan juga untuk terus cakap dalam beradaptasi dan berkembang. Hal ini diperlukan untuk terus menumbuhkan kepercayaan *stakeholder* dan mempertahankan legitimasi perusahaan.

Alanezi dalam Hussain *et al.* (2021) melihat bahwa perusahaan dengan usia yang semakin tua menunjukkan kepatuhan yang lebih besar terhadap

ketentuan pengungkapan. Pengungkapan sosial menjadi sarana komunikasi perusahaan dengan *stakeholder* (Widiyanti & Hasanah, 2018). Pengungkapan sosial pada laporan tahunan secara berkelanjutan merupakan bentuk pertanggungjawaban dan *feedback* perusahaan kepada *stakeholder*.

Umur perusahaan diyakini dapat memengaruhi kualitas pengungkapan ISR. Pengungkapan ISR secara rutin dan berkelanjutan setiap tahun dalam laporan tahunannya akan menunjukkan kecakapan manajemen dalam menjaga kontinuitas perusahaan dan bertanggung jawab dalam menjalankan bisnis. Penelitian Hussain *et al.* (2021) menegaskan umur perusahaan menjadi satu dari berbagai faktor yang memengaruhi pengungkapan ISR. Hasil yang sama juga dijumpai pada penelitian Widiyanti & Hasanah (2018). Maka dari itu, peneliti mengajukan rumusan hipotesis ketiga, yakni:

H3: Terdapat pengaruh positif umur perusahaan terhadap tingkat pengungkapan ISR.

2.4.4 Dewan Komisaris Independen dan Pengungkapan ISR

Komisaris independen ialah anggota dari dewan komisaris yang tidak memiliki hubungan afiliasi dengan perusahaan atau berasal dari luar perusahaan. Susbiyani *et al.* (2022) mengungkapkan komisaris independen menjadi pihak yang netral di tengah asimetri informasi antara pemilik dan manajemen perusahaan. Keberadaannya diharapkan bisa mendorong serta mendatangkan iklim yang lebih independen, objektif, dan meningkatkan keadilan di dalam organ dewan komisaris.

Dewan komisaris independen dituntut untuk memperhatikan kepentingan semua *stakeholder* dalam melaksanakan fungsi pemantauan bersama dewan komisaris lainnya. Netralitas dewan komisaris independen yang tidak memihak serta terpengaruh intervensi perusahaan akan mampu melindungi kepentingan *stakeholder* termasuk dalam hal pengungkapan sosial (Nugroho & Yulianto, 2015). Dewan komisaris diharapkan mampu mendorong manajemen untuk meningkatkan mutu pelaporan perusahaan termasuk dalam hal pengungkapan sosial.

Kian tinggi proporsi dewan komisaris independen diyakini memengaruhi efektivitas pengungkapan ISR. Riset yang digarap oleh Susbiyani *et al.* (2022) menyampaikan bukti empiris bahwa dewan komisaris independen memengaruhi pengungkapan ISR secara signifikan. Namun, hasil yang sebaliknya terlihat pada penelitian garapan Hussain *et al.* (2021) yang tidak memperoleh bukti bahwa dewan komisaris independen memengaruhi pengungkapan ISR. Untuk menguji kembali hasil dari penelitian dahulu tersebut, maka penulis mengajukan rumusan hipotesis keempat, yakni:

H4: Terdapat pengaruh positif dewan komisaris independen terhadap tingkat pengungkapan ISR.

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ketiga ini mengupas rincian komponen serta tahapan penelitian yang akan diaplikasikan peneliti dalam menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Pada bagian ini akan diuraikan berbagai variabel yang dipakai dilengkapi dengan definisi operasionalnya, populasi dan sampel yang dijadikan objek riset, prosedur perolehan data, serta bagaimana data tersebut akan dianalisis.

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel ialah segala hal yang dapat diberi berbagai macam nilai sebagai proksi fenomena yang akan diamati (Indriantoro & Supomo, 1999). Dilihat dari klasifikasi variabel menurut fungsinya, ada dua macam variabel yang berperan dalam riset ini yakni variabel dependen serta variabel independen. Maksud dari variabel dependen yaitu variabel yang diduga berperan sebagai suatu akibat atau dipengaruhi. Sebaliknya, variabel independen diduga menjadi penyebab yang menjelaskan atau memengaruhi variabel dependen.

3.1.1 Variabel Dependen

Bahwa hanya terdapat satu variabel dependen dalam riset ini yakni pengungkapan *Islamic Social Reporting* (Y) yakni sebuah konsep tanggung jawab sosial yang berbasis nilai-nilai Islam. Sebagai variabel dependen, pengungkapan ISR akan menjadi fokus utama atas pengaruh yang muncul akibat variabel lainnya. Variabel pengungkapan ISR diukur menggunakan item-item pada indeks ISR yang dikembangkan oleh Haniffa (2002) yang selanjutnya dimodifikasi oleh Othman *et al* (2009) sebagaimana yang juga digunakan pada penelitian Sunarsih

& Ferdiansyah (2017), Widiyanti & Hasanah (2018), serta Susbiyani *et al.* (2022). Indeks ISR ini memiliki total 43 item dari enam tema pengungkapan dengan ketentuan *scoring* yang akan diaplikasikan ialah:

1. Skor 0, apabila item pengungkapan tidak ada.
2. Skor 1, apabila item pengungkapan ada.

Adapun jumlah skor pengungkapan maksimum bilamana seluruh item diungkapkan ialah 43 poin. Kemudian setelah dilakukan *scoring*, pengungkapan ISR dihitung dengan rumus berikut:

$$ISR\ Level = \frac{Jumlah\ skor\ pengungkapan\ yang\ dipenuhi}{Jumlah\ skor\ pengungkapan\ maksimum}$$

3.1.2 Variabel Independen

Variabel dependen yang juga awam dikenal variabel bebas ialah variabel yang akan diteliti pengaruhnya pada variabel independen. Riset ini melibatkan empat variabel independen yakni ukuran perusahaan, profitabilitas, umur perusahaan, dan dewan komisaris independen. Keempat variabel independen tersebut secara garis besar dipaparkan sebagai berikut:

1. Ukuran Perusahaan (X1)

Ukuran perusahaan pada riset ini ialah seberapa besar atau kecilnya perusahaan yang didasarkan pada nilai total asetnya. Perusahaan yang besar umumnya membutuhkan aset yang besar sebagai sumber daya dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Ukuran perusahaan akan diprosikan dengan logaritma natural dari nilai total aset perusahaan dengan rumus berikut:

$$SIZE = Ln(\text{Total asset})$$

2. Profitabilitas (X2)

Profitabilitas yang dimaksud pada riset ini ialah kecakapan perusahaan dalam peranannya menciptakan profit dengan memanfaatkan aset yang dimiliki. Maka dari itu, *Return On Assets* (ROA) menjadi proksi yang digunakan untuk menunjukkan profitabilitas perusahaan. Kian tinggi nilai rasio ROA dapat mengindikasikan tingginya efektivitas perusahaan dalam mengelola asetnya dalam rangka menghasilkan laba. Penggunaan ROA untuk mengukur profitabilitas juga diaplikasikan pada penelitian Sunarsih dan Ferdiansyah (2017); Widiyanti dan Hasanah (2018); serta Hussain *et al.* (2021). Nilai ROA dapat dihitung dengan formulasi berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total assets}}$$

3. Umur Perusahaan (X3)

Umur perusahaan mengidentifikasi durasi atau lama perusahaan telah ada sekaligus mencerminkan kecakapan perusahaan dalam mempertahankan eksistensinya dalam persaingan pasar. Umur perusahaan dalam riset ini akan dihitung sejak tahun perusahaan tercatat pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kata lain dilakukan *Initial Public Offering* (IPO) hingga tahun periode penelitian. Perhitungan variabel umur perusahaan ini dirumuskan sebagai berikut:

$$AGE = \text{tahun penelitian} - \text{tahun IPO}$$

4. Dewan Komisaris Independen (X4)

Dewan komisaris independen ialah bagian dari dewan komisaris yang tidak memiliki afiliasi dengan entitas. Independensi komisaris independen sangat diperlukan dalam peranannya pada pelaksanaan fungsi pengawasan oleh dewan komisaris. Independensi dapat dimaknai sebagai kemampuan membuat keputusan secara objektif tanpa terpengaruh intervensi pihak manapun. Dewan komisaris independen pada riset ini akan dilihat dari proporsinya terhadap jumlah anggota dewan komisaris. Secara sistematis, perhitungan proporsi dewan komisaris independen pada riset ini diformulasikan sebagai berikut:

$$DKI = \frac{\text{Jumlah komisaris independen}}{\text{Jumlah anggota dewan komisaris}}$$

Tabel 3. 1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi	Pengukuran
1	<i>Islamic Social Reporting</i> (Y)	Sebuah konsep tanggung jawab sosial berbasis nilai-nilai Islam.	<i>ISR Level</i> = $\frac{\text{Jumlah skor pengungkapan yang dipenuhi}}{\text{Jumlah skor pengungkapan maksimum}}$ (Othman <i>et al.</i> , 2009)
2	Ukuran Perusahaan (X1)	Seberapa besar atau kecilnya perusahaan yang didasarkan pada	$SIZE = \ln(\text{Total asset})$ (Hussain <i>et al.</i> , 2021)

		nilai total aset.	
3	Profitabilitas (X2)	Kecakapan perusahaan menghasilkan laba dengan memanfaatkan asetnya.	$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total assets}}$ (Budiandru, 2021)
4	Umur Perusahaan (X3)	Durasi atau lama perusahaan telah ada sejak IPO.	$AGE = \text{tahun penelitian} - \text{tahun IPO}$ (Hussain <i>et al.</i> , 2021)
5	Dewan Komisaris Independen (X4)	Bagian dari dewan komisaris yang tidak memiliki afiliasi dengan entitas.	$DKI = \frac{\text{Jumlah komisaris independen}}{\text{Jumlah anggota dewan komisaris}}$ (Susbiyani <i>et al.</i> , 2022)

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Indriantoro & Supomo (1999) mendeskripsikan populasi ialah sekelompok orang, kejadian, atau segala hal dengan karakteristik tertentu. Populasi berupa himpunan dari keseluruhan objek yang diduga menarik untuk diamati. Bahwa perusahaan *consumer non-cyclicals* yang tercatat dalam Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada tahun 2019-2021 menjadi populasi pada riset ini. ISSI

sebagai indeks saham perusahaan syariah dipilih mengingat ISR merupakan bentuk CSR yang berbasis syariah yang sudah seharusnya diimplementasikan oleh perusahaan syariah. Sektor *consumer non-cyclicals* ialah salah satu sektor yang memegang peranan strategis dalam perekonomian.

3.2.2 Sampel

Dengan adanya berbagai keterbatasan, sulit bagi penulis untuk melakukan penelitian terhadap seluruh populasi. Maka dari itu diperlukan peranan sampel yang dinilai mampu merepresentasikan populasi untuk kemudian dapat dilakukan pengambilan kesimpulan melalui generalisasi (Soeratno & Arsyad, 2008). Pada riset ini, penulis mengaplikasikan teknik *purposive sampling* yakni dengan menentukan atau kualifikasi spesifik terhadap objek yang akan diobservasi.

Kualifikasi khusus yang ditentukan penulis dalam penentuan sampel pada riset ini antara lain:

1. Perusahaan *consumer non-cyclicals* yang tercatat dalam Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) selama periode penelitian yakni 2019-2021.
2. Perusahaan konsisten tercatat pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) selama periode penelitian yakni 2019-2021.
3. Perusahaan konsisten mempublikasikan laporan tahunan dalam periode 2019-2021.
4. Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan dengan mata uang rupiah.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Riset ini menggunakan jenis data dokumenter berupa laporan dengan sumber data sekunder. Indriantoro & Supomo (1999) memaknasi sumber data sekunder sebagai sumber data yang didapatkan dari media perantara atau tidak langsung. Data untuk riset ini diperoleh dari *annual report* maupun *sustainability report* perusahaan yang setiap tahunnya dipublikasikan pada situs BEI atau situs milik perusahaan. Riset ini juga memanfaatkan data yang tersedia pada Terminal *Financial Analysis* (FA) Bloomberg.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Studi ini menerapkan metode dokumentasi dalam penghimpunan data penelitian. Metode ini mengacu pada aktivitas menghimpun, mencatat, lalu menganalisis data sekunder dari *annual report* dan *sustainability report* perusahaan yang dipublikasikan setiap tahun pada *website* BEI atau *website* perusahaan. Untuk mempermudah pengumpulan data dan memperoleh data yang lebih akurat, penulis juga mengambil data dari Terminal *Financial Analysis* (FA) Bloomberg untuk data *total assets* dan *return on assets*. Metode studi kepustakaan yang bersumber dari buku, jurnal ilmiah, dan sumber tertulis lainnya juga diaplikasikan untuk memperoleh informasi berkaitan dengan riset ini.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Content Analysis

Metode *content analysis* dalam riset ini digunakan untuk mengkuantifikasi indeks ISR. Metode ini dilakukan dengan identifikasi mendalam terhadap isi atau konteks suatu informasi berbentuk teks yang kemudian dilakukan interpretasi

secara sistematis dengan pengkodean yang dapat dikuantifikasi. Metode *content analysis* berguna dalam meningkatkan pemahaman peneliti dan memberikan wawasan tentang fenomena baru (Krippendorff, 2004).

3.5.2 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif ialah serangkaian koefisien yang memberi deskripsi sifat dari sekumpulan data variabel yang diobservasi. Statistik deskriptif menyajikan data secara informatif dan dengan tampilan yang lebih baik melalui nilai mean, standar deviasi, varians, nilai maksimum, dan nilai minimum (Ghozali, 2016). Angka yang muncul pada analisis statistik deskriptif berguna untuk menggambarkan karakteristik data dan membantu peneliti dalam menafsirkan data.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ialah uji prasyarat yang harus ditempuh ketika telah ditentukan akan diaplikasikan analisis regresi linier berganda. Uji asumsi klasik dimaksudkan untuk mengidentifikasi ada atau tidaknya penyimpangan signifikan pada model pengujian hubungan variabel untuk kemudian menjadi penentu kelayakan data untuk dianalisis lebih lanjut. Untuk menentukan ketepatan model tersebut, dilaksanakan sejumlah pengujian atas serangkaian asumsi klasik yakni uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, serta uji autokorelasi

3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas berfokus untuk melihat distribusi data variabel. Uji asumsi ini berguna untuk mengenali variabel residual pada model regresi apakah terdistribusi normal atau sebaliknya (Ghozali, 2016). Pengujian ini perlu dipenuhi

karena baik pada uji statistik t maupun F menarik kesimpulan nilai residu sesuai dengan distribusi normal. Untuk mendeteksi distribusi tersebut dapat menggunakan pengujian nonparametrik Kolmogorov-Smirnov. Nilai *asymptotic significance* menjadi acuan deteksi normalitas distribusi variabel residual. Untuk mencapai konklusi terkait normal atau tidaknya distribusi tersebut digunakan dasar asumsi berikut:

1. Variabel residual disimpulkan terdistribusi normal saat besaran angka *asymptotic significance* $> 0,05$.
2. Variabel residual disimpulkan tidak terdistribusi normal saat besaran angka *asymptotic significance* $< 0,05$.

3.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian asumsi klasik berupa uji heteroskedastisitas juga diperlukan untuk memeriksa adanya varians yang berbeda antara residual model regresi observasi satu dengan observasi lainnya. Suatu model regresi dikatakan baik ditandai dengan adanya keseragaman varians residual yang disebut juga homoskedastisitas. Sebaliknya jika varians residual menunjukkan ketidaksamaan disebut heteroskedastisitas. Ghozali (2016) mengungkapkan bahwa potensi situasi heteroskedastisitas umumnya terjadi pada data *cross section* karena data yang dihimpun merepresentasikan berbagai ukuran dari kecil, sedang, hingga yang berukuran besar.

Beberapa alternatif metode dapat dilakukan untuk mendeteksi situasi heteroskedastisitas. Pada riset ini akan digunakan Uji Glejser yakni dengan

meregresikan nilai absolut residualnya. Asumsi yang digunakan untuk mencapai konklusi terkait heteroskedastisitas yaitu:

1. Apabila menghasilkan nilai signifikansi $> 0,05$ disimpulkan bebas dari heteroskedastisitas.
2. Apabila menghasilkan nilai signifikansi $< 0,05$ disimpulkan terjadi heteroskedastisitas.

3.5.3.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi diaplikasikan untuk menunjukkan dalam suatu model regresi linier apakah terdapat korelasi antar variabel residual pada serangkaian penelitian dengan waktu yang runtut. Jika terdapat korelasi maka dinyatakan sebagai masalah autokorelasi yang mana bukan hal baik bagi suatu model regresi. Keberadaan autokorelasi dapat dideteksi dengan beberapa alternatif metode. Riset ini mengaplikasikan Uji Durbin-Watson dalam rangka mengidentifikasi autokorelasi pada model regresi linear.

Pengaplikasian Uji Durbin Watson dilakukan dengan membandingkan nilai hasil Uji Durbin Watson dengan nilai batas atas (dU) dan nilai batas bawah (dL). Nilai dU dan dL dilihat dari tabel Durbin Watson dengan menyesuaikan jumlah variabel penelitian (k) dan jumlah data observasi (n). Untuk mengetahui apakah model regresi linear bebas dari autokorelasi digunakan acuan dari kriteria Uji Durbin Watson pada tabel 3.2 berikut.

Tabel 3. 2
Kriteria Uji Durbin Watson

Kriteria	Kesimpulan
$d < dL$ atau $d > 4-dL$	Terdapat autokorelasi
$dU < d < 4-dU$	Bebas dari autokorelasi
$dL < d < dU$ atau $4-dU < d < 4-dL$	Tidak ada konklusi

3.5.3.4 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016), pengujian multikolinearitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya korelasi linear yang sempurna atau multikolinearitas antarvariabel independen pada suatu model regresi. Keberadaan multikolinearitas tidak diharapkan dalam model regresi. Tingginya multikolinearitas mengindikasikan kuatnya hubungan antarvariabel independen. Hal ini berpotensi mendistorsi hubungan variabel independen dengan variabel dependen yang pada akhirnya memengaruhi keakuratan hasil interpretasi penelitian.

Untuk meninjau tingkat multikolinearitas pada riset ini digunakan nilai *Tolerance* juga *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan asumsi yang ditentukan sebagai berikut:

1. Apabila hasil pengujian menunjukkan angka *Tolerance* di bawah 0,10 dan angka VIF melebihi 10 berarti dianggap terjadi multikolinearitas.
2. Apabila hasil pengujian menunjukkan angka *Tolerance* melebihi 0,10 dan angka VIF di bawah 10 berarti dianggap tidak terjadi multikolinearitas.

3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Pada dasarnya analisis regresi dipakai guna menelusuri hubungan variabel terikat dengan sejumlah variabel bebas. Penulis memutuskan penggunaan analisis regresi linear berganda dengan menimbang bahwa studi ini melibatkan variabel tunggal yang tunggal dan empat variabel bebas yang akan diamati pengaruhnya. Teknik analisis ini tepat digunakan untuk mempelajari arah dan besaran kontribusi beberapa variabel bebas memengaruhi variabel terikat (Ghozali, 2016). Adapun secara sistematis, model persamaan regresi linear berganda dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Dengan:

Y = Variabel Terikat

α = Konstanta

β_{1-n} = Koefisien variabel bebas

X_{1-n} = Variabel bebas

ε = error

Dengan demikian, hubungan antarvariabel pada riset ini secara sistematis diformulasikan dengan model persamaan berikut:

$$ISR = \alpha + \beta_1 SIZE + \beta_2 ROA + \beta_3 AGE + \beta_4 DKI + \varepsilon$$

Dimana:

ISR = *Islamic Social Reporting*

α = Konstanta

β_{1-4} = Koefisien variabel bebas

SIZE = Ukuran Perusahaan

ROA = *Return on Assets*

AGE = Umur Perusahaan

DKI = Proporsi Dewan Komisaris Independen

ε = error

3.5.5 Uji Hipotesis

3.5.5.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi diperlukan dalam studi ini dengan maksud mengetahui seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan kontribusi variasi variabel independen dalam memengaruhi variabel dependen. Angka koefisien determinasi berada pada interval 0 hingga 1 ($0 < R^2 < 1$). Keandalan variabel dependen dalam menyediakan informasi untuk memprediksi variabel independen ditunjukkan dengan nilai R^2 yang semakin mendekati 1. Sebaliknya, nilai R^2 yang semakin kecil atau mendekati 0 merupakan indikasi terbatasnya kontribusi variabel-variabel dependen yang terlibat dalam menjelaskan variabel independen (Ghozali, 2016).

3.5.5.2 Uji Statistik F (Simultan)

Studi ini perlu menentukan kemampuan seluruh variabel independen memengaruhi variabel dependen secara simultan. Hal ini dapat ditelusuri dengan melihat nilai signifikansi F pada tabel ANOVA. Tingkat signifikansi 0,5 menjadi acuan dalam mencapai konklusi. Apabila hasil uji statistik simultan menunjukkan nilai signifikansi F kurang dari 0.05 berarti variasi variabel independen secara simultan memengaruhi variabel dependen. Apabila hasil uji statistik simultan

menunjukkan nilai signifikansi F melebihi 0,05 yang maknanya variasi variabel independen secara simultan tidak memberikan pengaruh atas variabel dependen.

3.5.5.3 Uji Statistik t (Parsial)

Uji *t-statistics* dilakukan untuk menguji hipotesis pada studi ini bahwa setiap variabel independen secara parsial memengaruhi variabel dependen. Pengujian ini diterapkan dengan memperhatikan angka signifikansi yang terdapat pada tabel *coefficients* dengan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 0,05$. Adapun kriteria yang menjadi dasar acuan penentuan konklusi pada uji *t-statistics* dinyatakan sebagai berikut (Ghozali, 2016):

1. Apabila angka *sig* uji *t-statistics* melebihi 0,05 maka H_0 diterima atau berarti tidak menunjukkan adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Apabila angka *sig* uji *t-statistics* di bawah 0,05 maka H_0 ditolak atau mencapai konklusi bahwa variabel independen memengaruhi variabel dependen.

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Objek riset yang menjadi fokus pada studi ini ialah perusahaan syariah di sektor *consumer non-cyclical*. Perusahaan *consumer non-cyclicals* didasarkan pada klasifikasi IDX-IC yang mana daftar perusahaannya dapat diunduh dari laman BEI. Populasi riset ini ialah perusahaan syariah sektor *consumer non-cyclicals* yang tercatat pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2019-2021. Teknik *purposive sampling* diterapkan dalam rangka menghimpun sampel data sebagaimana kualifikasi yang diperlukan pada riset ini. Perusahaan yang tidak memenuhi kualifikasi yang telah ditetapkan akan dieliminasi dari sampel. Penulis mengumpulkan data sampel yang dibutuhkan riset ini dari *annual report* maupun *sustainability report* perusahaan. Data sampel yang telah dihimpun selanjutnya diolah oleh penulis memakai aplikasi SPSS. Tabel 4.1 berikut menjabarkan penentuan sampel yang dijadikan objek riset ini.

Tabel 4.1
***Purposive Sampling* Objek Penelitian**

No	Kualifikasi	Jumlah
1	Perusahaan <i>consumer non-cyclicals</i> yang terdaftar dalam ISSI pada periode 2019-2021	59
2	Eliminasi perusahaan yang tidak konsisten terdaftar ISSI selama periode penelitian 2019-2021	(31)

3	Eliminasi perusahaan yang tidak konsisten mempublikasikan laporan tahunan periode 2019-2021	(2)
4	Eliminasi perusahaan yang menyajikan laporan keuangan dengan mata uang selain rupiah.	0
Total Perusahaan		26
Total Sampel Data		78

4.2 Analisis Data

4.2.1 Content Analysis

Metode *content analysis* diaplikasikan dalam riset ini guna memperoleh *score* pengungkapan ISR oleh entitas. Penulis mengidentifikasi konten dalam *annual report* maupun *sustainability report* perusahaan untuk mengetahui pemenuhan tiap item dari enam tema pengungkapan ISR. Penulis kemudian menginterpretasikan hasil identifikasi secara sistematis dengan ketentuan pengkodean Skor sebagaimana ketentuan berikut:

1. Skor 0, apabila item pengungkapan tidak ada.
2. Skor 1, apabila item pengungkapan ada.

Metode *content analysis* yang telah dilakukan mengindikasikan adanya *trend* yang positif pada pengungkapan ISR di setiap tema pengungkapan dari tahun ke tahun. Artinya perusahaan memiliki komitmen dalam meningkatkan kualitas pengungkapan sosial sebagai bentuk pertanggungjawabannya. Tabel 4.2 berikut menunjukkan adanya peningkatan *total* dan *average score* dari enam tema

pengungkapan ISR pada perusahaan consumer non-cyclicals yang terdaftar pada ISSI dari tahun 2019-2021.

Tabel 4. 2
Ringkasan Score Pengungkapan ISR

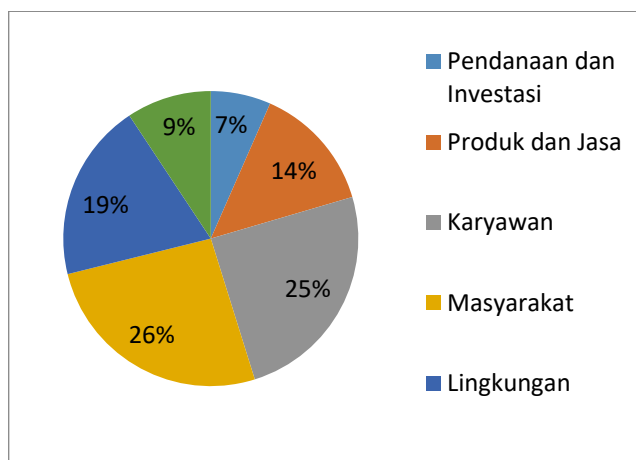
No	Tema Pengungkapan	2019	2020	2021
1	Pendanaan dan Investasi	29	31	37
2	Produk dan Jasa	63	66	75
3	Karyawan	108	119	137
4	Masyarakat	121	129	132
5	Lingkungan	92	94	102
6	Tata Kelola	44	45	48
Total Score		457	484	531
Total Sample		26	26	26
Average Score		17.577	18.615	20.423

Sumber : data sekunder yang diolah, 2023

Mengacu pada gambar 4.1, pemenuhan indeks ISR untuk tema masyarakat dan karyawan menduduki posisi tertinggi yakni masing-masing 26% dan 25%. Artinya, masyarakat dan karyawan menjadi perhatian utama perusahaan syariah dalam pemenuhan tanggung jawab sosial. Pemenuhan tanggung jawab sosial kepada masyarakat berkaitan dengan upaya perusahaan memperoleh legitimasi masyarakat yang pada akhirnya meningkatkan citra perusahaan. Kemudian karyawan yang berhubungan langsung dengan kelangsungan operasi perusahaan juga menjadi hal yang wajar untuk memperoleh perhatian utama perusahaan.

Adapun yang menduduki proporsi terendah ialah tema pendanaan dan investasi serta tata kelola yang masing-masing ialah 7% dan 9%. Dua tema ini kurang relevan dengan aspek sosial dan syariah terlebih dengan regulasi pengungkapan sosial di Indonesia.

Gambar 4. 1
Proporsi Pemenuhan Indeks ISR Tahun 2019-2021



Sumber : data sekunder yang diolah, 2023

Tingkat pengungkapan sosial berbasis syariah dari setiap perusahaan menunjukkan hasil yang sangat bervariasi. Perbedaan antara perusahaan dengan *score* ISR paling tinggi dengan yang paling rendah cukup jauh. Ketidakterseragaman ini dapat terjadi akibat ketiadaan regulasi khusus terkait standar pengungkapan sosial berbasis syariah. Tabel 4.3 menunjukkan perusahaan dengan *score* pengungkapan ISR teratas dan perusahaan pada tabel 4.4 ialah perusahaan dengan skor pengungkapan ISR paling rendah tahun 2019-2021.

Tabel 4. 3
Perusahaan dengan Skor ISR Tertinggi

2019		2020		2021	
Kode	Skor	Kode	Skor	Kode	Skor
UNVR	27	UNVR	27	UNVR, INDF	27

ANJT, ICBP, INDF, JPFA	24	ANJT, ICBP	25	AALI, ANJT, HERO, ICBP	25
AALI, HERO	23	INDF, JPFA	24	JPFA	24

Sumber : data sekunder yang diolah, 2023

Tabel 4. 4
Perusahaan dengan Skor ISR Terendah

2019		2020		2021	
Kode	Skor	Kode	Skor	Kode	Skor
DSFI	7	GZCO	10	DSFI	13
GZCO	11	DSFI	11	HOKI	14
BISI, HOKI, TCID, ULTJ	13	TCID, ULTJ	13	TCID	15

Sumber : Microsoft Excel, data sekunder yang diolah, 2023

4.2.2 Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif diaplikasikan dalam riset ini guna memaparkan karakteristik data variabel dari sampel penelitian yang ditunjukkan berupa nilai minimum, maksimum, rata-rata, serta standar deviasi. Analisis statistik deskriptif dilakukan terhadap data seluruh variabel menggunakan aplikasi SPSS dengan hasil yang tertera pada tabel 4.5 berikut.

Tabel 4. 5
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ISR	78	,1628	,6279	,438868	,1077424
SIZE	78	26,6469	32,8204	29,370883	1,5520330
ROA	78	-,2582	,3608	,045814	,1079398
AGE	78	1	39	18,15	11,044
DKI	78	,3000	,8333	,409718	,1103447
Valid N (listwise)	78				

Sumber : *Output* SPSS, data sekunder yang diolah, 2023

Sebagaimana dapat dilihat pada tabel tersebut di atas, tertera statistik deskriptif atas variabel *SIZE* atau ukuran perusahaan yang dalam studi ini diprosikan dengan perhitungan logaritma natural dari *total assets*. Nilai *mean* 29,371 mewakili rata-rata seluruh nilai variabel *SIZE*. Nilai minimum dari variabel *SIZE* ialah 26,647 yakni milik PT Dharma Samudera Fishing Industris Tbk (DSFI) pada tahun 2020 dan untuk nilai maksimum ialah dari PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) tahun 2021 dengan nilai *SIZE* 32,820. Adapun untuk standar deviasi variabel *SIZE* adalah 1,552.

Selanjutnya untuk variabel *ROA* yang merupakan proksi dari variabel dependen profitabilitas menampakkan nilai *mean* sebesar 0,046 dan nilai standar deviasi sebesar 1,552. Artinya data *ROA* dari 78 sampel penelitian memusat di angka $0,046 \pm 1,552$. Adapun nilai minimumnya ialah -0,258 yang diperoleh dari nilai *ROA* PT Martina Berto Tbk tahun 2020. Sedangkan nilai maksimum variabel *ROA* ialah 0,361 yakni berasal dari *ROA* PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) pada 2019.

Variabel independen ketiga dalam studi ini ialah *AGE* yakni umur perusahaan terhitung sejak IPO hingga tahun penelitian. Nilai minimum variabel *AGE* ialah 1 yang berarti terdapat perusahaan yang baru berumur 1 tahun pada tahun 2019 yakni Garudafood Putra Putri Jaya Tbk yang *listing* tanggal 10 Oktober 2018. Sedangkan perusahaan yang tertua atau dengan kata lain menduduki nilai maksimum variabel *AGE* ialah PT Unilever Indonesia Tbk yang pada tahun 2021 menginjak tahun ke-39 *listing* di BEI. Nilai *mean* dan standar deviasi *AGE* masing-masing sebesar 18,15 dan 11,004 sehingga dapat

disimpulkan bahwa umur perusahaan dari 78 sampel penelitian ini memusat di angka $18,15 \pm 11,004$.

Variabel independen keempat ialah dewan komisaris independen (DKI) yang diprosikan dengan perhitungan proporsi dewan komisaris independen terhadap total dewan komisaris. Pada tabel hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa DKI minimum dan maksimum masing-masing ialah 0,3 dan 0,83 yang secara berturut-turut milik PT Hero Supermarket Tbk (HERO) di tahun 2019 dan PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) di tahun 2020 maupun 2021. Adapun nilai *mean* DKI adalah 0.410 dengan nilai standar deviasi 0.110 yang berarti data proporsi DKI dari 78 sampel memusat di angka 0.410 ± 0.110 .

Rata-rata tingkat pengungkapan ISR dari 78 sampel penelitian ini ialah 0,439. Nilai rata-rata yang masih di bawah 50% ini sejalan dengan pernyataan Widyanti dan Hasanah (2018) bahwa rata-rata tingkat pengungkapan ISR di Indonesia masih tergolong rendah. Tingkat pengungkapan ISR PT Dharma Samudera Fishing Insustris Tbk (DSFI) pada tahun 2019 menduduki posisi terendah dengan nilai 0,163. Sedangkan ISR maksimum diperoleh PT Unilever Indonesia Tbk yang selama 3 tahun konsisten dengan nilai 0,628. Adapun standar deviasi untuk tingkat ISR atas 78 sampel riset ini ialah 0,108.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

4.2.3.1 Uji Normalitas

Uji asumsi klasik ini sifatnya wajib guna memastikan normalitas distribusi variabel residual. Distribusi yang normal atas variabel residual menjadi prasyarat yang harus dipenuhi untuk analisis regresi berganda. Studi ini memanfaatkan uji

Kolmogorov-Smirnov untuk memastikan normalitas distribusi variabel residual. Suatu variabel residual disimpulkan terdistribusi normal saat *asymptotic significance* dari pengujian Kolmogorov-Smirnov nilainya melebihi 0,05. *Output* untuk pengujian Kolmogorov-Smirnov untuk riset ini ditampilkan oleh tabel 4.6 berikut ini:

Tabel 4. 6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		78
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,06703481
Most Extreme Differences	Absolute	,097
	Positive	,052
	Negative	-,097
Kolmogorov-Smirnov Z		,855
Asymp. Sig. (2-tailed)		,458

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : *Output* SPSS, data sekunder yang diolah, 2023

Output SPSS untuk uji normalitas menunjukkan bahwa variabel residual studi ini telah terdistribusi normal. Hal ini disimpulkan setelah mengetahui nilai *asymptotic significance* atas pengujian Kolmogorov-Smirnov yakni 0,458. Besaran nilai ini lebih besar dari 0,05 sehingga memenuhi kriteria suatu variabel residual dikatakan terdistribusi normal.

4.2.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi klasik berikutnya ialah uji heteroskedastisitas untuk memastikan bahwa model regresi ini bebas dari gejala heteroskedastisitas.

Analisis regresi mengharapkan adanya keseragaman varians residual pada model regresi yang disebut juga homoskedastisitas. Uji Glejser dimanfaatkan untuk mendeteksi apakah ditemukan gejala heteroskedastisitas pada model regresi riset ini dengan cara meregresikan nilai absolut residual. Apabila hasil uji glejser menunjukkan signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat ditarik konklusi bahwa model regresi dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas. Tabel 4.7 berikut menampilkan *output* uji heteroskedastisitas yang dilakukan dengan Uji Glejser.

Tabel 4. 7
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,154	,098		1,573	,120
SIZE	-,005	,004	-,185	-1,414	,162
ROA	-,021	,048	-,053	-,434	,665
AGE	,001	,001	,228	1,727	,088
DKI	,071	,045	,187	1,594	,115

a. Dependent Variable: Glejser

Sumber : *Output* SPSS, data sekunder yang diolah, 2023

Mengacu pada output Uji Glejser yang tertera pada tabel 4.7, dapat dikonklusikan model regresi dalam studi ini dinyatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas. Angka signifikansi setiap variabel bebas ialah 0,162 untuk SIZE; 0,665 untuk ROA; 0,088 untuk AGE; dan 0,115 untuk DKI. Signifikansi semua variabel independen bernilai lebih dari 0,05 yang mana sesuai dengan kriteria untuk suatu model regresi dikatakan bebas dari heteroskedastisitas.

4.2.3.3 Uji Autokorelasi

Penulis memerlukan uji autokorelasi dalam rangka memastikan tidak terdapat korelasi antar variabel residual pada serangkaian penelitian dengan waktu yang runtut. Untuk mendeteksi adanya masalah autokorelasi atau tidak dalam riset ini maka digunakan Uji Durbin-Watson. Riset ini memiliki tiga variabel independen ($k=4$) dengan jumlah sampel observasi sebanyak 78 ($n=78$), sehingga dari tabel Durbin-Watson diperoleh angka dL dan dU masing-masing 1,5265 dan 1,7415. Kedua nilai ini berperan sebagai acuan penarikan konklusi dalam pendeteksian autokorelasi.

Tabel 4. 8
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,783 ^a	,613	,592	,0688469	1,917

a. Predictors: (Constant), DKI, ROA, SIZE, AGE

b. Dependent Variable: ISR

Sumber : *Output SPSS*, data sekunder yang diolah, 2023

Uji Durbin Watson diaplikasikan dengan membandingkan nilai hasil Uji Durbin Watson dengan nilai dU dan dL . Mengacu pada *output* uji autokorelasi pada tabel 4.8 di atas, hasil uji Durbin-Watson menunjukkan nilai 1,917. Nilai ini memenuhi kriteria suatu model regresi dinyatakan bebas dari autokorelasi yakni $dU < d < 4-dU$. Hal ini membuktikan bahwa tidak terdapat korelasi antar variabel residual pada model regresi dalam riset ini.

4.2.3.4 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas juga merupakan uji asumsi klasik prasyarat untuk analisis regresi berganda. Pengujian ini perlu dilakukan untuk mengidentifikasi

hubungan antarvariabel independen yang berarti multikolinearitas. Analisis regresi berganda tidak mengharapkan adanya multikolinearitas antarvariabel independen dalam model regresi. Identifikasi keberadaan multikolinearitas dalam riset ini dilaksanakan dengan meninjau nilai *Tolerance* dan VIF.

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
Model	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	-,741	,164		-4,527	,000		
	SIZE	,039	,006	,560	6,613	,000	,739	1,353
	ROA	,215	,079	,216	2,720	,008	,842	1,187
	AGE	,002	,001	,214	2,495	,015	,723	1,384
	DKI	-,024	,074	-,024	-,316	,753	,911	1,098

a. Dependent Variable: ISR

Sumber : *Output SPSS*, data sekunder yang diolah, 2023

Tabel 4.9 menampilkan *output* atas hasil uji multikolinearitas untuk seluruh variabel bebas yakni SIZE, AGE, ROA, dan DKI memiliki nilai *Tolerance* melebihi 0,10 serta nilai VIF di bawah 10. Hal ini menjadi acuan penarikan kesimpulan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antarvariabel independen. Artinya, model regresi dalam studi ini telah melalui semua uji asumsi klasik yang menjadi prasyarat analisis regresi berganda.

4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda diaplikasikan dalam studi ini dengan maksud untuk mengestimasi hubungan variabel independen dalam memengaruhi

variabel dependen. Hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas studi ini diformulasikan dengan model persamaan regresi berikut:

$$ISR = \alpha + \beta_1 SIZE + \beta_2 ROA + \beta_3 AGE + \beta_4 DKI + \varepsilon$$

Tabel 4. 10
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,741	,164		-4,527	,000
	SIZE	,039	,006	,560	6,613	,000
	ROA	,215	,079	,216	2,720	,008
	AGE	,002	,001	,214	2,495	,015
	DKI	-,024	,074	-,024	-,316	,753

a. Dependent Variable: ISR

Sumber : *Output* SPSS, data sekunder yang diolah, 2023

Tabel 4.10 di atas menampilkan *output* analisis regresi linear berganda atas variabel yang dipakai dalam riset ini. Mengacu pada *output tersebut*, dapat dikonklusikan bahwa model persamaan regresi linear berganda riset ini ialah sebagai berikut

$$ISR = -0,741 + 0,039SIZE + 0,215ROA + 0,002AGE + 0,024DKI + \varepsilon$$

4.2.5 Uji Hipotesis

4.2.5.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) dalam regresi linear berganda diperlukan untuk mengidentifikasi besaran kontribusi variabel independen dalam memengaruhi variabel dependen. Tertera pada tabel 4.11 ialah *output* untuk pengujian koefisien determinasi. Dari tabel tersebut, dapat diketahui bahwa nilai

*adjusted R*² dari model regresi ialah 0,592. Nilai tersebut mengandung makna bahwa pengungkapan ISR sebagai variabel dependen studi ini bisa dipengaruhi ukuran perusahaan, ROA, umur perusahaan, dan DKI dengan kontribusi sebesar 59,2%. Untuk sisanya yakni 40,8% merepresentasikan kontribusi faktor-faktor lainnya di luar variabel yang diamati.

Tabel 4. 11
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,783 ^a	,613	,592	,0688469

a. Predictors: (Constant), DKI, ROA, SIZE, AGE

b. Dependent Variable: ISR

Sumber : *Output* SPSS, data sekunder yang diolah, 2023

4.2.5.2 Uji Statistik F (Simultan)

Riset ini mengaplikasikan Uji Statistik F dalam rangka mengidentifikasi adanya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Riset ini menginginkan hasil bahwa seluruh variabel bebas dapat secara bersamaan memengaruhi variabel terikat. Adapun hasil uji statistik F riset ini ditampilkan dalam tabel 4.12 berikut.

Tabel 4. 12
Hasil Uji Statistik F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,548	4	,137	28,895	,000 ^a
	Residual	,346	73	,005		
	Total	,894	77			

a. Predictors: (Constant), DKI, ROA, SIZE, AGE

b. Dependent Variable: ISR

Sumber : *Output* SPSS, data sekunder yang diolah, 2023

Sebagaimana tertera pada tabel 4.12, terlihat bahwa nilai signifikansi Uji F ialah 0,000. Angka signifikansi $0,000 < 0,05$ menandakan bahwa terdapat pengaruh simultan variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh simultan yang signifikan dari keempat variabel bebas yakni ukuran perusahaan, ROA, umur perusahaan, dan DKI terhadap pengungkapan ISR sebagai variabel terikat.

4.2.5.3 Uji Statistik t (Parsial)

Uji hipotesis yang diperlukan berikutnya ialah uji statistik t yang akan memberi jawaban atas hipotesis yang dikembangkan dalam riset ini. Pengujian ini akan mengungkapkan ada atau tidaknya kontribusi dari setiap variabel bebas dalam memengaruhi variabel terikat secara individual. Level signifikansi 0,05 menjadi acuan dalam pengambilan konklusi. Adanya pengaruh signifikan dinyatakan ketika signifikansi bernilai kurang dari 0,05. Adapun *output* uji statistik t dipaparkan melalui tabel 4.13 berikut.

Tabel 4. 13
Hasil Uji Statistik t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,741	,164		-4,527	,000
SIZE	,039	,006	,560	6,613	,000
ROA	,215	,079	,216	2,720	,008
AGE	,002	,001	,214	2,495	,015
DKI	-,024	,074	-,024	-,316	,753

a. Dependent Variable: ISR

Sumber : *Output SPSS*, data sekunder yang diolah, 2023

Tabel *output* uji t tersebut menampakkan nilai signifikansi untuk SIZE, ROA, AGE, dan DKI masing-masing secara berurutan sebesar 0,000; 0,008; 0,015; dan 0,753. Terdapat tiga variabel bebas dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yang maknanya berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR yakni ukuran perusahaan, ROA, dan umur perusahaan. Di sisi lain, variabel DKI menampakkan angka signifikansi 0,753 yang berarti nilai tersebut melebihi 0,05 maka dinyatakan bahwa DKI tidak memengaruhi pengungkapan ISR.

4.3 Interpretasi Hasil

Studi ini dilakukan dalam rangka mengidentifikasi determinan pengungkapan ISR pada perusahaan syariah khususnya sektor consumer non-cyclicals. Dalam studi ini fokus penelitian ditujukan pada pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, umur perusahaan, dan dewan komisaris independen terhadap pengungkapan ISR. Untuk menguji hipotesis yang dikembangkan atas pengaruh keempat variabel bebas tersebut terhadap pengungkapan ISR sebagai variabel terikat, digunakan regresi linear berganda. Adapun konklusi dari temuan empiris tersebut ditampilkan pada tabel 4.14 berikut.

Tabel 4. 14
Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan	β	Sig	Kesimpulan
H1	Terdapat pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap tingkat pengungkapan ISR.	0,039	0,000	Diterima

H2	Terdapat pengaruh positif profitabilitas terhadap tingkat pengungkapan ISR.	0,215	0,008	Diterima
H3	Terdapat pengaruh positif umur perusahaan terhadap tingkat pengungkapan ISR.	0,002	0,015	Diterima
H4	Terdapat pengaruh positif dewan komisaris independen terhadap tingkat pengungkapan ISR.	-0,024	0,753	Ditolak

4.3.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan ISR

Uji hipotesis parsial ukuran perusahaan dalam memengaruhi pengungkapan ISR menampakkan angka koefisien (β) senilai 0,039 dengan signifikansi 0,000. Ketika koefisien bernilai positif dan nilai signifikansi $< 0,05$ mengindikasikan adanya pengaruh positif yang signifikan. Maka dari itu, disimpulkan bahwa ukuran perusahaan menyumbang pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan ISR akibatnya pernyataan H1 diterima. Koefisien bernilai 0,039 bermakna jika nilai variabel independen lain tetap dan ukuran perusahaan naik 1%, maka terjadi kenaikan pengungkapan ISR sebesar 0,039.

Temuan empiris studi ini serupa dengan riset yang sebelumnya dikembangkan oleh Othman *et al.* (2009), Sunarsih & Ferdiansyah (2017) dan Hussain *et al.* (2021) yang mendokumentasikan kontribusi positif signifikan antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan ISR. Ketiga riset terdahulu ini

mempertegas bahwa kian besar ukuran perusahaan akan diikuti dengan semakin tingginya tingkat pengungkapan ISR oleh perusahaan tersebut. Ditegaskan lebih lanjut oleh Othman *et al.* (2009) bahwa kepemilikan sumber daya baik dari segi finansial, fasilitas, dan tenaga kerja yang dimiliki perusahaan berukuran besar mendukung perusahaan dalam menyajikan lebih banyak ISR. Meskipun masih terdapat kekosongan standar dalam pengungkapan ISR, mereka tetap akan cenderung memenuhi pengungkapan informasi lebih banyak dibanding dengan perusahaan berukuran lebih kecil.

Sebagaimana adanya teori legitimasi, perusahaan dengan skala yang besar juga memerlukan legitimasi yang lebih kuat. Kian besar skala perusahaan maka risiko politis yang ditanggungnya akan turut meningkat. Pengungkapan sosial menjadi salah satu alat untuk menekan biaya yang timbul dari risiko politis (Hasibuan, 2001). Semakin besar ukuran perusahaan maka tuntutan atas pengungkapan sosialnya semakin bertumbuh pula dalam rangka memperoleh legitimasi yang lebih kuat. Terlebih ketika perusahaan telah memiliki label sebagai perusahaan syariah, maka pengungkapan ISR menjadi hal yang sudah sepatutnya dipenuhi oleh perusahaan dalam rangka memperkuat legitimasi.

4.3.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan ISR

Uji hipotesis parsial ROA yang mewakili kontribusi profitabilitas terhadap pengungkapan ISR menampakkan angka koefisien (β) senilai 0,215 dengan signifikansi senilai 0,008. Koefisien bernilai positif dan angka signifikansi $< 0,05$ mempertegas adanya pengaruh positif yang signifikan antara profitabilitas terhadap pengungkapan ISR dengan kata lain H2 diterima. Koefisien bernilai

0,215 bermakna setiap kenaikan 1% ROA dengan nilai variabel independen lain tetap, maka terjadi kenaikan pengungkapan ISR sebesar 0,215

Temuan empiris tersebut serupa dengan riset oleh Othman *et al.* (2009), Widiyanti & Hasanah (2018), Budiandru (2021), Hussain *et al.* (2021), dan Susbiyani *et al.* (2022) yang mendokumentasikan bukti pengaruh positif signifikan profitabilitas terhadap pengungkapan ISR. Profitabilitas identik dengan gambaran performa finansial perusahaan. Perusahaan dengan performa finansial positif cenderung lebih transparan dalam menyampaikan informasi dan ingin menunjukkan bahwa operasionalnya dikelola dengan baik pula (Susbiyani *et al.*, 2022).

Dilihat dari perspektif syariah, kewajiban dalam melakukan pengungkapan penuh melekat pada perusahaan syariah sebagai pertanggungjawaban kepada Allah dan *stakeholder* terlepas dari laba yang diperoleh perusahaan. Sejalan dengan inti dari *Shariah enterprise theory* (SET) yakni adanya akuntabilitas vertikal dan akuntabilitas horizontal. Melakukan pengungkapan ISR menjadi tanggung jawab perusahaan baik ketika dalam kondisi laba meningkat, menurun, atau bahkan mengalami kerugian (Othman *et al.*, 2009).

4.3.3 Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan ISR

Hasil uji hipotesis terkait kontribusi parsial umur perusahaan terhadap pengungkapan ISR memberi angka koefisien (β) sebesar 0,002 dengan signifikansi 0,015. Dari uji tersebut didapatkan angka koefisien bernilai positif dan nilai signifikansi $< 0,05$ sehingga mencapai konklusi bahwa umur perusahaan membawa kontribusi positif yang signifikan terhadap ISR perusahaan atau

dikatakan juga H3 diterima. Nilai 0,002 pada koefisien regresi mengandung makna bahwa setiap kenaikan 1% umur perusahaan dengan nilai variabel independen lain tetap, maka terjadi kenaikan pengungkapan ISR sebesar 0,002.

Hasil serupa juga diungkapkan pada riset Widiyanti & Hasanah (2018) serta Hussain *et al.* (2021). Perusahaan dengan usia yang lebih tua menunjukkan pengungkapan ISR yang lebih baik. Marwata dalam Hussain *et al.* (2021) mengatakan bahwa kian tua umur perusahaan maka kian besar pula pengalaman yang dilalui dalam pelaporan keuangan sehingga lebih memahami audiens dan pengguna laporan keuangannya.

Dikaitkan dengan teori *Shariah enterprise theory* (SET) yang menyoroti akuntabilitas perusahaan terhadap *stakeholder*, sudah sepatutnya perusahaan yang berumur matang melakukan pengungkapan yang lebih luas. Semakin lama eksistensi perusahaan maka akan diiringi dengan *stakeholder* dengan *power* yang semakin besar pula. Perusahaan tentu akan berupaya mengakomodir kebutuhan para *stakeholder* tersebut yang sangat beragam. Pengungkapan informasi secara penuh menjadi media bagi perusahaan untuk berkomunikasi dengan *stakeholder* sekaligus menjawab kebutuhan mereka.

4.3.4 Pengaruh Dewan Komisaris Independen terhadap Pengungkapan ISR

Uji hipotesis parsial proporsi dewan komisaris independen terhadap pengungkapan ISR menunjukkan koefisien (β) -0,024 dengan signifikansi 0,753. Angka signifikansi 0,753 yang mana $> 0,05$ menjadi basis dalam menyimpulkan bahwa tidak ditemukan pengaruh yang signifikan. Dengan begitu didapat konklusi

bahwa DKI tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR perusahaan syariah sehingga H4 riset ini ditolak.

Penelitian Hussain *et al.* (2021) terkait hal ini juga mengungkapkan hasil yang serupa. Proporsi dewan komisaris independen tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap tingkat pengungkapan ISR. Besarnya komposisi DKI tidak dapat dijadikan jaminan akan tingginya tingkat pengungkapan ISR.

Studi ini mengamati bahwa banyak ditemukan DKI yang rangkap jabatan pada lebih dari satu entitas yang mungkin saja memicu keterbatasan perhatian DKI terhadap pengungkapan sosial khususnya dalam konteks syariah. Kurangnya perhatian DKI terhadap ISR juga tak terlepas dari realita bahwa belum tersedianya pedoman maupun regulasi yang mengikat terkait pengungkapan ISR oleh perusahaan syariah. Pemenuhan item-item pengungkapan ISR bersifat sukarela atau *voluntary* sehingga hal ini tidak menjadi fokus utama dari aktivitas pengawasan oleh DKI.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Studi ini diadakan dalam rangka mengidentifikasi faktor-faktor determinan pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). Fokus dari studi ini ialah memberi bukti empiris pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, umur perusahaan, dan dewan komisaris independen terhadap pengungkapan ISR khususnya pada perusahaan syariah sektor *consumer non-cyclicals*. Maka dari itu, riset ini memakai 78 sampel data yang terhimpun dari 26 perusahaan syariah sektor *consumer non-cyclicals* yang tercatat pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) selama 2019-2021.

Setelah seluruh tahapan penelitian dari mulai menghimpun data, mengolah data, dan interpretasi hasil pengujian telah dilewati, maka penulis dapat menarik beberapa konklusi yang dipaparkan sebagai berikut:

1. Ukuran perusahaan diproksikan dengan nilai logaritma natural dari total asset menyumbang pengaruh positif yang signifikan terhadap tingkat pengungkapan ISR. Besarnya ukuran perusahaan diiringi dengan tingginya tingkat pengungkapan ISR. Perusahaan berukuran besar memiliki sumber daya yang memadai untuk meningkatkan kualitas pengungkapan. Hal ini juga dikaitkan dengan upaya perusahaan dalam menekan risiko politis dan untuk memperoleh legitimasi yang lebih kuat bagi eksistensi perusahaan.

2. Profitabilitas yang pada riset ini diproksikan dengan ROA turut menyumbang pengaruh positif yang signifikan terhadap tingkat pengungkapan ISR. Maksudnya bahwa kian tinggi profitabilitas perusahaan syariah berimplikasi meningkatkan tingkat pengungkapan ISR. Perusahaan sudah sepatutnya sadar akan melekatnya tanggung jawab yang besar atas laba yang diperolehnya salah satunya dengan melakukan pengungkapan penuh yang berkualitas. Bahkan jika dilihat dari perspektif syariah, pengungkapan ISR memang menjadi kewajiban perusahaan syariah terlepas dari pencapaian laba yang diperolehnya.
3. Umur perusahaan yang didasarkan pada durasi keberadaan perusahaan dalam BEI juga terbukti membawa pengaruh positif signifikan terhadap tingkat pengungkapan ISR. Perusahaan berumur matang cenderung memperlihatkan pemenuhan pengungkapan ISR yang kian luas dan informatif. Pengungkapan informasi secara penuh menjadi media perusahaan untuk memenuhi tuntutan pemangku kepentingan yang kian waktu memiliki *power* yang semakin kuat dan kebutuhannya semakin beragam.
4. Dewan komisaris independen dalam hasil uji riset ini memperlihatkan arah pengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap tingkat pengungkapan ISR. Artinya pernyataan bahwa tingginya proporsi DKI berkontribusi meningkatkan pengungkapan ISR tidak dapat dibuktikan dalam riset ini. Kurangnya perhatian DKI terhadap pengungkapan ISR

cukup disayangkan mengingat independensi DKI seharusnya berimplikasi pada meningkatnya pengawasan dewan komisaris termasuk kaitannya dengan pengungkapan informasi. Namun, mengingat bahwa pengungkapan ISR masih bersifat sukarela atau *voluntary* maka tidak heran apabila hal ini tidak menjadi fokus utama dari aktivitas pengawasan yang dilakukan DKI.

5.2 Keterbatasan

Sesudah melalui seluruh proses penelitian ini, penulis mendapati sejumlah keterbatasan penelitian. Penyampaian keterbatasan penelitian ini ditujukan untuk perbaikan atau penyempurnaan penelitian selanjutnya terhadap topik ini. Adapun keterbatasan penelitian tersebut ialah sebagai berikut:

1. Tingginya subjektivitas dalam menginterpretasikan pemenuhan indeks ISR karena riset ini memakai metode *content analysis* sebagai alat untuk mengukur tingkat pengungkapan ISR perusahaan.
2. Riset ini hanya menggunakan perusahaan syariah pada sektor *consumer non-cyclicals* pada tahun 2019-2021 sebagai sampel data riset. Perluasan penelitian dengan melibatkan sektor lainnya maupun dengan periode yang lebih panjang memiliki kemungkinan hasil dan interpretasi yang berbeda.
3. Riset ini terbatas pada item-item pengungkapan dari Indeks ISR yang dikembangkan oleh Haniffa (2002) dan Othman *et al* (2009) yang mana kurang relevan dengan kondisi atau regulasi di Indonesia. Terdapat

pula dua tema pengungkapan yang kurang relevan dengan aspek sosial dan syariah seperti pada tema pendanaan dan investasi serta tata kelola.

4. Nilai *adjusted R²* dari uji koefisien determinasi hanya sebesar 59,2% yang berarti terdapat 40,8% sisanya ialah kontribusi dari berbagai determinan lain di luar variabel studi ini yang perlu diteliti pada studi berikutnya.

5.3 Saran

Mengacu pada kesimpulan serta adanya sejumlah keterbatasan riset sebagaimana dipaparkan pada bagian sebelumnya, berikut ini merupakan usulan yang dapat dijadikan pertimbangan dalam rangka perbaikan mendatang:

1. Perlu dibentuk regulasi khusus mengenai ISR yang harapannya mampu menumbuhkan komitmen perusahaan syariah dalam menyajikan ISR sebagai wujud akuntabilitas.
2. Melakukan riset dengan fokus pengungkapan ISR pada sektor lain di luar sektor *consumer non-cyclicals* serta memperpanjang periode penelitian yang mungkin saja memberikan hasil riset yang berbeda.
3. Melakukan penyesuaian item pengungkapan ISR yang lebih komprehensif dan relevan dengan aspek sosial dan syariah yang sesuai dengan kondisi maupun regulasi di Indonesia.
4. Menambahkan variabel bebas lainnya yang sekiranya memengaruhi pengungkapan ISR untuk meningkatkan nilai *adjusted R²* atau dengan kata lain mengidentifikasi faktor lain yang menjadi determinan pengungkapan ISR.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, A., & Wulan, M. (2019). Faktor Financial -Non Financial Dan Tingkat Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 3(2), 161–184. <https://doi.org/10.35836/jakis.v3i2.35>
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syari'ah: dari Teori dan Praktik*. Gema Insani Press.
- Bowman, E. H., & Haire, M. (1975). A Strategic Posture toward Corporate Social Responsibility. *California Management Review*, 18(2), 49–58. <https://doi.org/10.2307/41164638>
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2006). *Dasar – dasar Manajemen Keuangan* (10th ed.). Salemba Empat.
- Budiandru, M. (2021). Factors Affecting Islamic Social Reporting in the Halal Industry Sector. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*. <https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i3.1841>
- Chairiri, A., & Ghozali, I. (2007). *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Deegan, C. M. (2019). Legitimacy theory: Despite its enduring popularity and contribution, time is right for a necessary makeover. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 32(8), 2307–2329. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-08-2018-3638>
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behavior. *The Pacific Sociological Review*, 18(1), 122–136.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 40/DSN-MUI/X/2003 tentang Pasar Modal dan Pedoman Umum Penerapan Prinsip Syariah di Bidang Pasar Modal. (2003).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory: 25 Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis (Untuk Landasan Teori Skripsi, Tesis dan Disertasi)*. Yoga Pratama.
- Haniffa, R. (2002). Social Responsibility Disclosure: An Islamic Perspective. In *Indonesian Management & Accounting Research* (Vol. 1, Issue 2, pp. 128–146).
- Harahap, S. S. (2018). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. RajaGrafindo Persada.
- Hasibuan, M. R. (2001). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial*. Universitas Diponegoro

- Hussain, A., Khan, M., Rehman, A., Sahib Zada, S., Malik, S., Khattak, A., & Khan, H. (2021). Determinants of Islamic social reporting in Islamic banks of Pakistan. *International Journal of Law and Management*, 63(1), 1–15. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-02-2020-0060>
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (1999). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. BPFPE.
- Jamali, D., & Mirshak, R. (2007). Corporate Social Responsibility (CSR): Theory and Practice in a Developing Country Context. *Journal of Business Ethics*, 72(3), 243–262.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Sage Publications.
- Lubis, A. I. (2017). *Akuntansi Keperilakuan*. Salemba Empat.
- Lumbanarau, E. (2016). Putusan KIP: Alfamart Gunakan Donasi Untuk CSR Perusahaan Baca artikel CNN Indonesia “Putusan KIP: Alfamart Gunakan Donasi Untuk CSR Perusahaan.” In *CNN indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20161223121025-12-181730/putusan-kip-alfamart-gunakan-donasi-untuk-csr-perusahaan>
- Mehedi, S., & Jalaludin, D. (2020). Application of theories in CSR research focusing study context and corporate attributes. *International Journal of Ethics and Systems*, 36(3), 305–324. <https://doi.org/10.1108/IJOES-09-2019-0146>
- Meutia, I. (2021). *Menata Pengungkapan CSR di Bank Islam (Suatu Pendekatan Kritis)*. Deepublish.
- Mukhibad, H., & Fitri, A. (2020). Determinant of Islamic Social Reporting (ISR) Disclosure. *KnE Social Sciences*, 2020, 478–489. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i6.6620>
- Nugroho, M. N., & Yulianto, A. (2015). *PENGARUH PROFITABILITAS DAN MEKANISME CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP PENGUNGKAPAN CSR PERUSAHAAN TERDAFTAR JII 2011-2013*. 4(1), 1–12.
- O’Donovan, G. (2002). Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 344–371. <https://doi.org/10.1108/09513570210435870>
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 35 /POJK.04/2017 tentang Kriteria dan Penerbitan Daftar Efek Syariah. (2017).
- Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) Perseroan Terbatas
- Othman, R., Thani, A. M., & Ghani, E. K. (2009). Determinants Of Islamic Social

- Reporting Among Top Shariah -Approved Companies In Bursa Malaysia. *Research Journal of International Studies*, 12(12), 4–20.
- Riyanto, B. (2001). *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. BPFPE.
- Schermerhorn, J. R. (1992). *Management for Productivity*. John Wiley & Sons Ltd.
- Soeratno, & Arsyad, L. (2008). *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. UPP STIM YKPN.
- Sunarsih, U., & Ferdiansyah, F. (2017). Determinants of The Islamic Social Reporting Disclosure. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*. <https://doi.org/10.15408/aiq.v9i1.3771>
- Susbiyani, A., Halim, M., & Animah, A. (2022). Determinants of Islamic social reporting disclosure and its effect on firm's value. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. <https://doi.org/10.1108/JIABR-10-2021-0277>
- Syairozi, M. I. (2019). *Pengungkapan CSR pada Perusahaan Manufaktur dan Perbankan*. Tidar Media.
- Triyuwono, I. (2017). *Akuntansi syariah perspektif, metodologi, dan teori*. Rajawali Pers.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. (2007).
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (2008).
- Untung, H. B. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Sinar Grafika.
- Wartick, S. L., & Mahon, J. F. (1994). Toward a substantive definition of the corporate issue construct: a review and synthesis of literature. *Business and Society*, 33, 293–311.
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. PT Gramedia.
- Widiyanti, N. W., & Hasanah, N. T. (2018). Analisis Determinan Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) (Studi Kasus Pada Perusahaan yang Terdaftar pada Jakarta Islamic Index Tahun 2011 - 2015). *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(2), 239. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v5i2.3013>
- Widjaya, & Kurniawan, I. (2012). *Enterprise Resource Planning*. Graha Ilmu.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Daftar Perusahaan Sampel

No	Kode	Nama Perusahaan
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk.
2	ANJT	Austindo Nusantara Jaya Tbk.
3	BISI	BISI International Tbk.
4	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
5	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
6	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk.
7	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
8	DSFI	Dharma Samudera Fishing Industris Tbk.
9	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tb
10	GZCO	Gozco Plantations Tbk.
11	HERO	Hero Supermarket Tbk.
12	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk.
13	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
14	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
15	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk.
16	KINO	Kino Indonesia Tbk.
17	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tb
18	MBTO	Martina Berto Tbk.
19	MPPA	Matahari Putra Prima Tbk.
20	MRAT	Mustika Ratu Tbk.
21	MYOR	Mayora Indah Tbk.
22	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.
23	SIMP	Salim Ivomas Pratama Tbk.
24	TCID	Mandom Indonesia Tbk.
25	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Trading Tbk.
26	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.

Lampiran 2
Indeks ISR

TEMA	NO	ITEM PENGUNGKAPAN
Pendanaan dan Investasi	1	Aktivitas riba (bunga, pendapatan bunga)
	2	Gharar
	3	Zakat (metode, sumber, jumlah, dan penerima)
	4	Kebijakan keterlambatan pelunasan piutang dan penghapusan piutang tak tertagih
	5	<i>Current Value Balance Sheet (CVBS)</i>
	6	Pernyataan pertambahan nilai
Produk dan Jasa	7	Produk ramah lingkungan
	8	Status kehalalan produk
	9	Keamanan dan kualitas produk
	10	Keluhan konsumen/peristiwa ketidakpatuhan perusahaan terhadap aturan yang berlaku
Karyawan	11	Karakteristik pekerjaan (jam kerja, liburan, dan tunjangan lainnya)
	12	Pengembangan sumber daya manusia
	13	Kesetaraan hak dan kesempatan
	14	Keterlibatan karyawan
	15	Kesehatan dan keamanan
	16	Lingkungan kerja
	17	Karyawan dari kelompok tertentu (disabilitas, mantan napi, mantan pecandu narkoba, dll)
	18	Karyawan tingkat atas melakukan ibadah bersama karyawan tingkat menengah dan bawah
	19	Karyawan Muslim diizinkan untuk beribadah pada waktu sholat dan puasa selama bulan Ramadhan
20	Tempat ibadah yang layak bagi karyawan	
Masyarakat	21	Sedekah, sumbangan, donasi
	22	Wakaf
	23	<i>Qard Hassan</i>
	24	Relawan dari karyawan
	25	Pemberian beasiswa

	26	Pemberdayaan lulusan dari SMA atau perguruan tinggi, seperti magang atau kerja lapangan
	27	Pengembangan pemuda
	28	Pemberdayaan masyarakat kurang mampu
	29	Kepedulian kepada anak-anak
	30	Kegiatan amal/sosial
	31	Mensponsori kegiatan kesehatan masyarakat/proyek rekreasi/olahraga/budaya
Lingkungan	32	Konservasi lingkungan
	33	Kepunahan satwa liar
	34	Polusi lingkungan
	35	Edukasi lingkungan
	36	Produk/proses ramah lingkungan
	37	Menyatakan verifikasi independen atau audit lingkungan
	38	Sistem atau kebijakan manajemen lingkungan
Tata Kelola	39	Kepatuhan syariah
	40	Struktur kepemilikan modal
	41	Komposisi dewan muslim dan non muslim
	42	Aktivitas terlarang (praktik monopoli, manipulasi harga, <i>gambling</i> , <i>praktik kecurangan bisnis</i> , <i>penimbunan barang</i>)
	43	Kebijakan anti korupsi

Lampiran 3
Tabulasi Data

No	Kode	Tahun	Dependen	Independen			
			ISR	SIZE	ROA	AGE	DKI
1	AALI	2019	0.5349	30.9257	0.0078	22	0.5000
2	ANJT	2019	0.5581	29.7897	-0.0068	6	0.5000
3	BISI	2019	0.3023	28.7094	0.1075	12	0.3333
4	CAMP	2019	0.3488	27.6893	0.0745	2	0.3333
5	CEKA	2019	0.3256	27.9603	0.1682	23	0.3333
6	CLEO	2019	0.3256	27.8542	0.1258	2	0.3333
7	CPIN	2019	0.3721	31.0021	0.1284	28	0.3333
8	DSFI	2019	0.1628	26.6932	0.0212	19	0.4000
9	GOOD	2019	0.4419	29.2524	0.0899	1	0.4000
10	GZCO	2019	0.2558	28.2989	-0.2384	11	0.3333
11	HERO	2019	0.5349	29.4311	-0.0046	30	0.3000
12	HOKI	2019	0.3023	27.4669	0.1290	2	0.3333
13	ICBP	2019	0.5581	31.2871	0.1379	9	0.5000
14	INDF	2019	0.5581	32.1975	0.0509	25	0.3750
15	JPFA	2019	0.5581	30.9138	0.0710	30	0.5000
16	KINO	2019	0.3953	29.1786	0.1256	4	0.5000
17	LSIP	2019	0.4419	29.9563	0.0251	23	0.4000
18	MBTO	2019	0.3488	27.1052	-0.1081	8	0.3333
19	MPPA	2019	0.3953	28.9713	-0.1281	27	0.5556
20	MRAT	2019	0.4186	27.0013	0.0003	24	0.4000
21	MYOR	2019	0.3721	30.5776	0.1092	29	0.4000
22	ROTI	2019	0.3953	29.1743	0.0663	9	0.3333
23	SIMP	2019	0.4884	31.1838	-0.0157	8	0.3333
24	TCID	2019	0.3023	28.5827	0.0576	26	0.4000
25	ULTJ	2019	0.3023	29.5196	0.1697	29	0.5000
26	UNVR	2019	0.6279	30.6587	0.3608	37	0.8000
27	AALI	2020	0.5116	30.9553	0.0304	23	0.6000
28	ANJT	2020	0.5814	29.8126	0.0037	7	0.4286
29	BISI	2020	0.4186	28.6992	0.0941	13	0.3333
30	CAMP	2020	0.3256	27.7172	0.0411	3	0.3333
31	CEKA	2020	0.3023	28.0821	0.1229	24	0.3333
32	CLEO	2020	0.3721	27.9010	0.1039	3	0.3333
33	CPIN	2020	0.5116	31.0702	0.1275	29	0.3333
34	DSFI	2020	0.2558	26.6469	-0.0152	20	0.4000
35	GOOD	2020	0.4884	29.5286	0.0442	2	0.4000

36	GZCO	2020	0.2326	28.3918	-0.0888	12	0.3333
37	HERO	2020	0.5349	29.2079	-0.2230	31	0.3333
38	HOKI	2020	0.3488	27.5333	0.0433	3	0.3333
39	ICBP	2020	0.5814	32.2715	0.0926	10	0.5000
40	INDF	2020	0.5581	32.7256	0.0498	26	0.3750
41	JPFA	2020	0.5581	30.8872	0.0349	31	0.6000
42	KINO	2020	0.4186	29.2912	0.0229	5	0.5000
43	LSIP	2020	0.4651	30.0216	0.0658	24	0.4000
44	MBTO	2020	0.3721	27.6138	-0.2582	9	0.3333
45	MPPA	2020	0.3953	29.1373	-0.0973	28	0.4000
46	MRAT	2020	0.3953	27.0508	-0.0124	25	0.5000
47	MYOR	2020	0.4651	30.6157	0.1062	30	0.4000
48	ROTI	2020	0.4186	29.1239	0.0471	10	0.3333
49	SIMP	2020	0.5116	31.1977	0.0067	9	0.3333
50	TCID	2020	0.3023	28.4769	-0.0408	27	0.4000
51	ULTJ	2020	0.3023	29.8001	0.1432	30	0.5000
52	UNVR	2020	0.6279	30.6529	0.3479	38	0.8333
53	AALI	2021	0.5814	31.0455	0.0678	24	0.5000
54	ANJT	2021	0.5814	29.8502	0.0624	8	0.3750
55	BISI	2021	0.4651	28.7721	0.1259	14	0.3333
56	CAMP	2021	0.3721	27.7708	0.0896	4	0.3333
57	CEKA	2021	0.3953	28.1616	0.1146	25	0.3333
58	CLEO	2021	0.3953	27.9311	0.1359	4	0.3333
59	CPIN	2021	0.5116	31.1991	0.1087	30	0.3333
60	DSFI	2021	0.3023	26.6939	0.0380	21	0.4000
61	GOOD	2021	0.5116	29.5435	0.0632	3	0.4000
62	GZCO	2021	0.4419	28.3391	0.0065	13	0.3333
63	HERO	2021	0.5814	29.4668	-0.1734	32	0.3750
64	HOKI	2021	0.3256	27.6201	0.0135	4	0.3333
65	ICBP	2021	0.5814	32.4023	0.0576	11	0.5000
66	INDF	2021	0.6279	32.8204	0.0446	27	0.3750
67	JPFA	2021	0.5581	30.9841	0.0742	32	0.3333
68	KINO	2021	0.4884	29.3081	0.0204	6	0.5000
69	LSIP	2021	0.4651	30.1033	0.0872	25	0.4000
70	MBTO	2021	0.4419	27.2951	-0.1753	10	0.3333
71	MPPA	2021	0.4651	29.1679	-0.0737	29	0.4000
72	MRAT	2021	0.4419	27.0833	0.0006	26	0.3333
73	MYOR	2021	0.4651	30.6227	0.0598	31	0.4000
74	ROTI	2021	0.4651	29.0637	0.0651	11	0.3333

75	SIMP	2021	0.5116	31.2140	0.0276	10	0.3333
76	TCID	2021	0.3488	28.4639	-0.0330	28	0.5000
77	ULTJ	2021	0.3953	29.6339	0.1574	31	0.3333
78	UNVR	2021	0.6279	30.5791	0.2908	39	0.8333

Lampiran 4

Output Pengujian SPSS

A. Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ISR	78	,1628	,6279	,438868	,1077424
SIZE	78	26,6469	32,8204	29,370883	1,5520330
ROA	78	-,2582	,3608	,045814	,1079398
AGE	78	1	39	18,15	11,044
DKI	78	,3000	,8333	,409718	,1103447
Valid N (listwise)	78				

B. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		78
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,06703481
Most Extreme Differences	Absolute	,097
	Positive	,052
	Negative	-,097
Kolmogorov-Smirnov Z		,855
Asymp. Sig. (2-tailed)		,458

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

C. Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,154	,098		1,573	,120
	SIZE	-,005	,004	-,185	-1,414	,162
	ROA	-,021	,048	-,053	-,434	,665
	AGE	,001	,001	,228	1,727	,088
	DKI	,071	,045	,187	1,594	,115

a. Dependent Variable: Glejser

D. Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,783 ^a	,613	,592	,0688469	1,917

a. Predictors: (Constant), DKI, ROA, SIZE, AGE

b. Dependent Variable: ISR

E. Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,741	,164		-4,527	,000		
	SIZE	,039	,006	,560	6,613	,000	,739	1,353
	ROA	,215	,079	,216	2,720	,008	,842	1,187
	AGE	,002	,001	,214	2,495	,015	,723	1,384
	DKI	-,024	,074	-,024	-,316	,753	,911	1,098

a. Dependent Variable: ISR

F. Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,741	,164		-4,527	,000
	SIZE	,039	,006	,560	6,613	,000
	ROA	,215	,079	,216	2,720	,008
	AGE	,002	,001	,214	2,495	,015
	DKI	-,024	,074	-,024	-,316	,753

a. Dependent Variable: ISR

G. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,783 ^a	,613	,592	,0688469

a. Predictors: (Constant), DKI, ROA, SIZE, AGE

b. Dependent Variable: ISR

H. Uji Statistik F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,548	4	,137	28,895	,000 ^a
	Residual	,346	73	,005		
	Total	,894	77			

a. Predictors: (Constant), DKI, ROA, SIZE, AGE

b. Dependent Variable: ISR

I. Uji Statistik t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.			
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	-,741	,164			-4,527	,000	
	SIZE	,039	,006			,560	6,613	,000
	ROA	,215	,079			,216	2,720	,008
	AGE	,002	,001			,214	2,495	,015
	DKI	-,024	,074			-,024	-,316	,753

a. Dependent Variable: ISR