

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. *Stakeholder Theory*

Teori *stakeholder* dicetuskan pertama kali oleh Freeman untuk mendeskripsikan tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan. Perusahaan memiliki hubungan dengan pemangku kepentingan yang luas, termasuk karyawan, konsumen, regulator lingkungan, lembaga pemerintah dan pemegang saham¹. Kapabilitas perusahaan untuk menyesuaikan kebutuhan dari beragam pemangku kepentingan dapat mencerminkan keberhasilan perusahaan. Teori *stakeholder* mendasarkan asumsi sebagai berikut²:

- a. Korporasi memiliki interaksi dengan *stakeholder* yang saling mempengaruhi dan dipengaruhi oleh keputusannya
- b. Teori ini menjelaskan interaksi perusahaan dengan pemangku kepentingan, baik dari proses maupun bagi hasil
- c. Kepentingan seluruh *stakeholder* mempunyai nilai intrinsik, dan tidak ada kumpulan *stakeholder* yang dominan dari yang lain
- d. Teori yang berfokus dalam pengambilan keputusan manajerial

Berdasarkan asumsi dasar tersebut, perusahaan yang melaksanakan aktivitas operasional dalam lingkungan masyarakat tidak bisa menghindari dampak dari aktivitas tersebut. Perusahaan harus mendudukan aktivitas sosial dan pelaporan sosial dalam strategi perusahaan kemudian mengambil keputusan yang tepat. Hal tersebut berguna dalam melegitimasi perusahaan kepada *stakeholder*. Reputasi perusahaan perlu dijaga agar mendapat dukungan dalam mencapai target perusahaan. Perusahaan perlu memadukan tujuan yang berorientasi pada aspek ekonomi.

Pendekatan *stakeholder* mencoba mengintegrasikan kepentingan bisnis dan tuntutan etika. Teori ini menegaskan

¹R.E. Freeman, "Strategic Management: A Stakeholder Approach," *Pitman Publishers*, 1984.

²Prasetyono, *Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Dan Earning Management Di Indonesia*, ed. Adi Darmawan Erwanto (Jawa Barat: Penerbit Adab, 2021).

bahwa perusahaan wajib memperhatikan kemaslahatan beragam pemangku kepentingan, tidak hanya beroperasi hanya untuk keperluannya sendiri. Maka dari itu, terjadi pergeseran tanggung jawab perusahaan yang awal mulanya berfokus pada aspek ekonomi bertambah pada aspek sosial dan lingkungan. Menurut Gray *et al.*, perusahaan memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan kepada seluruh *stakeholder*, bukan berfokus pada investor saja³.

Teori *stakeholder* menerangkan bahwa kontinuitas perusahaan membutuhkan sarana berupa dukungan para *stakeholder*. Maka dari itu, perhatian perusahaan kepada *stakeholder* diperlukan guna melengkapi ekspektasinya. Apabila perusahaan tidak memperhatikan *stakeholder* maka akan berdampak pada keberlangsungan perusahaan. Keberadaan perusahaan sangat dipengaruhi oleh *stakeholder*. Gray *et al.*, mengemukakan kontinuitas perusahaan mensyaratkan pada bantuan *support* dari *stakeholder* dan bantuan tersebut sudah seharusnya dicari⁴.

Freeman menyatakan bahwa *stakeholder* adalah gabungan atau perseorangan yang dipengaruhi atau mempengaruhi pencapaian tujuan organisasi⁵. Para *stakeholder* memiliki kekuasaan riil dan dapat mendukung atau menghalangi perusahaan dalam mencapai tujuannya. Selain itu, dalam mengejar tujuannya perusahaan dapat membuat keputusan yang memiliki dampak bagi *stakeholder*. Maka dari itu, agar tujuan perusahaan tercapai, perusahaan harus dapat mengelola hubungan yang baik dengan *stakeholder*.

Hubungan pemangku kepentingan mempengaruhi tujuan organisasi yang dilandaskan pada kepercayaan. Kepercayaan dibangun dan dipelihara dengan memenuhi tanggung jawab. Salah satu cara menjaga interaksi terhadap *stakeholder* yaitu dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Tingkat pengungkapan yang semakin tinggi berdampak pada dukungan dari *stakeholder* guna meningkatkan kinerja dan target profit perusahaan. Penyediaan

³ Rob Gray, Reza Kouhy, and Simon Lavers, "Corporate Social and Environmental Reporting: A Review Of The Literature and Longitudinal Study Of UK Disclosure," *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 8, no. 2 (1995): 47–77, <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/09513579510146996>.

⁴ Gray, Kouhy, and Lavers.

⁵ R.E. Freeman, A.C. Wicks, and B. Parmar, "Stakeholder Theory and The Corporate Objective Revisited," *Organization Science* 15, no. 3 (2004): 219–33.

informasi berfungsi sebagai percakapan perusahaan dengan pemangku kepentingan⁶. Pelaporan tersebut dilakukan untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi para *stakeholder*. Informasi keuangan dan non keuangan merupakan hak bagi pemangku kepentingan⁷. Penemuan Epstein dan Friedman memberikan bukti empiris bahwa investor lebih tertarik terhadap informasi sosial dalam *annual report*. Investor lebih condong untuk menanamkan modal kepada perusahaan yang mempunyai adab dan praktik bisnis yang baik⁸.

Penelitian ini menjadikan teori *stakeholder* sebagai landasan dalam pengungkapan ISR. Perusahaan diharapkan mengungkapkan ISR secara sukarela kepada publik sebagai sarana berkomunikasi sehingga tercipta hubungan baik dengan *stakeholder*. Hubungan *stakeholder* berperan penting untuk mencapai tujuan dan keberlanjutan perusahaan. Melalui pengungkapan ISR, *stakeholder* mengetahui program dan kebijakan perusahaan yang berdampak pada kepercayaan pemangku kepentingan.

2. *Legitimacy Theory*

Awal mula teori legitimasi dijelaskan oleh Dowling dan Pfeffer dimana mempunyai inti pada hubungan perusahaan dan masyarakat⁹. Menurut Lindblom teori legitimasi berasumsi bahwa operasional perusahaan menyesuaikan dan mendasarkan diri pada persepsi kebijakan sosial dan nilai kepercayaan dimiliki masyarakat¹⁰. Teori ini menegaskan adanya

⁶ Newson and Deegan, "Local Expectations and Their Association With Corporate Social Disclosure Practices in Australia, Singapore, and South Korea," *The International Journal of Accounting* 37, no. 2 (2002): 183–213.

⁷ Herni Yanuar Puspitaningrum and Astiwi Indriani, "Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Dan Good Corporate Governance Terhadap Profitabilitas Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Leverage Sebagai Variabel Kontrol (Pada Sektor Perusahaan Consumer Goods Industry Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2)," *Diponegoro Journal of Accounting* 10, no. 3 (2021): 1–15, <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.

⁸ M.J. Epstein and M. Friedman, "Social Disclosure and The Individual Investor," *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 7, no. 4 (1994): 94–109.

⁹ John Dowling and Jeffrey Pfeffer, "Pacific Sociological Association Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behavior," *Source: The Pacific Sociological Review* 18, no. 1 (1975): 122–36, <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/1388226>.

¹⁰ C. Lindblom, "The Implications of Organizational Legitimacy for Corporate Social Performance and Disclosure," *Critical Perspective on Accounting Conference*, 1994.

kesepakatan sosial antara perusahaan dengan masyarakat tempatnya beraktivitas. Keyakinan masyarakat pada perusahaan bertumpu pada kegiatan operasionalnya yang berada pada bingkai dan aturan masyarakat. Kelangsungan hidup perusahaan akan dipertaruhkan jika tidak mempertimbangkan kontrak sosial. Teori legitimasi mencari keseimbangan antara tindakan organisasi, ekspektasi hukum, serta persepsi pemangku kepentingan tentang tindakan yang dipandang tepat dan diinginkan dalam masyarakat¹¹.

Teori ini menganggap bahwa masyarakat sangat relevan dengan pengembangan perusahaan jangka panjang. Perusahaan berusaha dalam melegitimasi keberadaannya dan melakukan interaksi sosial di wilayah tersebut. Jika perusahaan tidak mematuhi aturan yang telah ditentukan sebelumnya, berakibat pada penarikan legitimasi sewaktu-waktu. Perusahaan harus menaati aturan yang ada supaya aktivitas bisnis dapat berlangsung. Teori legitimasi dalam sisi lain mengasumsikan gagasan kontrak sosial sebagai batas atau ketentuan yang ditetapkan oleh masyarakat bagi aktivitas organisasi¹². Guthrie dan Parker memaknai gagasan kontrak sosial bahwa entitas bisnis setuju melaksanakan kegiatan sosial yang diinginkan masyarakat sebagai kompensasi persetujuan tujuan, penghargaan, dan kelangsungan hidup perusahaan¹³.

Kelangsungan hidup perusahaan didirikan oleh kekuatan pasar dan harapan masyarakat. Dengan demikian, perusahaan melalui kepemimpinan manajemen dan pengungkapan ISR, diharapkan untuk mencari keselarasan antara tindakan organisasi dan nilai-nilai pemangku kepentingan yang relevan¹⁴. Ketika harapan masyarakat tidak terpenuhi atau tidak sesuai dengan nilai dan norma sosial, pelanggaran kontrak terjadi dan kesenjangan legitimasi berkembang. Perusahaan yang terkena *legitimacy gap* berdampak adanya penolakan dari *stakeholder*,

¹¹ Craig Deegan, "Introduction: The Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosures – a Theoretical Foundation," *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 15, no. 3 (2002): 282–311, <https://doi.org/10.1108/09513570210435852>.

¹² Lindblom, "The Implications of Organizational Legitimacy for Corporate Social Performance and Disclosure."

¹³ J. Guthrie and L. Parker, "Corporate Social Disclosure Reporting: A Rebuttal of Legitimacy Theory," *Accounting and Business Research* 9, no. 2 (1989).

¹⁴ Lindblom, "The Implications of Organizational Legitimacy for Corporate Social Performance and Disclosure."

mengganggu keseimbangan operasional, dan berujung pada profitabilitas perusahaan. Maka dari itu, entitas harus bertindak secara harmonis dengan nilai-nilai sosial dan harapan masyarakat. Perusahaan yang patuh terhadap peraturan pelaporan tanggung jawab sosial akan membantu meringankan tekanan kelembagaan dan membantu perusahaan meningkatkan legitimasinya¹⁵.

Pengungkapan digunakan untuk memperbaiki legitimasi atau memperluas legitimasi¹⁶. Misalnya perusahaan melegitimasi keberadaan mereka dengan mengungkapkan tindakan menahan kemiskinan serta memberikan kontribusi pendidikan. Deegan *et al.*, mengatakan bahwa perusahaan berantusias mengungkapkan informasi sosial untuk melegitimasi posisi mereka dalam masyarakat¹⁷. Perusahaan melaksanakan aktivitas CSR untuk memenuhi harapan sosial dan memperoleh penerimaan dari masyarakat. Pelaporan tanggung jawab sosial mempengaruhi profitabilitas perusahaan melalui penciptaan aset tidak berwujud seperti reputasi yang baik, kepercayaan dan komitmen, sehingga mendorong perusahaan beroperasi dalam jangka panjang. Interpretasi dari studi ini menunjukkan bahwa pengungkapan informasi sosial menjadi bukti tentang kegiatan perusahaan untuk melegitimasi perilaku mereka.

Penelitian ini menggunakan teori legitimasi sebagai landasan pengungkapan ISR. Perusahaan dapat mengungkapkan ISR sebagai alat strategis untuk membangun citra perusahaan dan menjalin hubungan baik dengan masyarakat. Pengungkapan ISR bermanfaat dalam melegitimasi aktivitas perusahaan dengan memberikan informasi yang dimaksudkan untuk mempengaruhi persepsi *stakeholder* termasuk persepsi masyarakat terkait perusahaan. Selain itu, pengungkapan ISR sebagai sarana komunikasi untuk menampilkan aktivitas perusahaan telah menyanggupi harapan masyarakat.

¹⁵ J.W. Meyer and B. Rowan, "Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony," *American Journal of Sociology* 83, no. 2 (1977): 340–63.

¹⁶ Rouf and Hossan, "The Effects of Board Size and Board Composition on CSR Disclosure : A Study of Banking Sectors in Bangladesh."

¹⁷ Newson and Deegan, "Local Expectations and Their Association With Corporate Social Disclosure Practices in Australia, Singapore, and South Korea."

3. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Menurut Bowen CSR merupakan segenap ketentuan bisnis untuk memberikan nilai-nilai kebaikan pada masyarakat¹⁸. Definisi CSR menurut Friedman merupakan upaya perusahaan bertanggung jawab secara bisnis, yaitu memakai sumber daya perusahaan untuk mendapatkan laba dengan taat dan patuh terhadap aturan yang berlaku¹⁹. CSR didefinisikan sebagai representasi dari semua inisiatif perusahaan yang bersifat diskresi dengan mempertimbangkan pandangan pemerintah dan pemangku kepentingan terkait lainnya. Di sisi lain, pengungkapan CSR telah didefinisikan sebagai pembagian dan penyebaran informasi oleh perusahaan sebagai bagian dari laporan tahunan dalam hal-hal yang berkaitan dengan operasi, aktivitas, dan aplikasi program tertentu yang dianggap mempengaruhi publik dan pemangku kepentingan yang berbeda. Konsep CSR yaitu untuk merefleksikan keperluan pengguna, karyawan, pemegang saham, masyarakat, serta lingkungan dalam operasionalnya. Tanggung jawab sosial perusahaan meliputi kebutuhan ekonomi, peraturan, etika, dan kebaikan perusahaan yang menjangkau semua pemangku kepentingan. Berdasarkan pemaparan diatas dapat dirumuskan bahwa CSR adalah cara perusahaan bertanggung jawab sosial kepada masyarakat sekitar dan *stakeholder* untuk peningkatan kualitas yang lebih baik dalam beragam aspek kehidupan.

Perkembangan aktivitas dan pelaporan CSR di Indonesia memperoleh *support* dari pemerintah melalui penetapan Undang-Undang. Ketentuan hukum yang mengatur secara eksplisit yaitu Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, dimana terdapat kewajiban perusahaan dengan program tanggung jawab sosial perusahaan²⁰. Program tersebut menciptakan dampak positif bagi berbagai pihak termasuk masyarakat sekitar. Selanjutnya juga terdapat regulasi

¹⁸ Peter Geoffrey Bowen, Jean-Pascal Gond, and Howard R. Bowen, "Social Responsibilities of the Businessman" (Lowa City, 2013), <https://doi.org/muse.jhu.edu/book/29080>.

¹⁹ Milton Friedman, "The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits," *The New York Times Magazine*, 1970.

²⁰ Peraturan Pemerintah RI, "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007, Perseroan Terbatas" (16 Agustus, 2007).

secara implisit misalnya ketentuan anti korupsi, lingkungan hidup, dan ketenagakerjaan.

Konsep dan praktik CSR berpijak pada tiga hal yaitu keuntungan (*profit*), masyarakat (*people*), dan lingkungan (*planet*)²¹. Selain aspek finansial perusahaan bertanggung jawab dalam aspek sosial dan lingkungan, sebab posisi *financial* tidak dapat memastikan keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang. Pemberian pengungkapan CSR dapat menghasilkan pemahaman yang lebih baik tentang aktivitas perusahaan dan mengurangi kritik dari berbagai sumber, yang mengarah pada kualitas reputasi yang lebih baik. Keterlibatan perusahaan dalam masyarakat merupakan bentuk kontribusi terhadap kualitas hidup masyarakat sekitar. Bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap pelestarian lingkungan sebagai upaya preventif terjadinya bencana akibat operasional perusahaan, misalnya melakukan penghematan energi dan mengolah limbah. Dengan demikian, perusahaan telah berkontribusi terhadap pertumbuhan sosial, ekonomi, dan lingkungan berkelanjutan lewat operasi bisnis yang baik. Ketika perusahaan dapat menyinergikan seluruh aspek guna tercapainya visi dan misi perusahaan maka eksistensi mendatang akan terjaga.

4. *Islamic Social Reporting (ISR)*

Awal mula *Islamic Social Reporting (ISR)* dipelopori oleh Haniffa melalui jurnal "*Social Reporting Disclosure: An Islamic Perspective*" sebagai jawaban atas keterbatasan CSR. Kesenjangan konsep CSR Barat yaitu hanya berfokus pada manfaat nyata, pelaporan, dan pengungkapan sehingga mengabaikan kewajiban spiritual²². Hal tersebut membuatnya tidak dapat beradaptasi sesuai ekspektasi sosial budaya atau agama yang beragam dari berbagai pemangku kepentingan. Berbeda dengan ideologi ISR yang didasarkan pada nilai-nilai agama. Konsep Islam memperkenalkan pelaporan sosial dan akuntabilitas kaidah Islam meliputi keadilan, akuntabilitas, dan kesejahteraan sosial. Konsep ISR ini tertanam dalam falsafah

²¹ John Elkington, *Canibal With Work: The Tripple Bottom Line in 21 Century Bisnis* (BS: New Society Publisher, 1997).

²² Bukhari, Hashim, and Amran, "Determinants and Outcome of Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) Adoption in Islamic Banking Industry of Pakistan."

Islam karena agama Islam merupakan pedoman hidup yang utuh dan membimbing manusia dalam segala aspek kehidupan mulai dari ibadah hingga perilaku manusia satu sama lain. ISR merupakan bentuk pengungkapan kondisi perusahaan secara penuh dalam konteks Islam²³.

CSR menurut perspektif Islam tidak hanya terpaku kepada maksimalisasi laba dan kontinuitas perusahaan, tapi juga dilandaskan pada keimanan atas kebaikan di dunia guna keselamatan di akhirat. Hal tersebut memadukan kebaikan spiritual dan aktivitas perusahaan guna pengembangan aktivitas sosial. Menurut syariat Islam, setiap perusahaan komersial sebagai asosiasi individu mengemban peran dan tanggung jawab tertentu sebagai khalifah dan pelayan. Sebagai perusahaan merepresentasikan akuntabilitas pada Allah sebab mereka mengatur dan menggunakan sumber daya milik Allah sebagai pemilik dan pencipta seluruh alam semesta. Maka dari itu, aspek dari tiap-tiap pemberitaan disajikan secara relevan dengan iktikad baik masyarakat merupakan cara guna memuaskan dan beribadah kepada Allah.

ISR menampilkan akuntabilitas kepada Allah, masyarakat, dan lingkungan²⁴. Masyarakat mempunyai kewenangan untuk melihat informasi yang relevan tentang aktivitas bisnis lewat pelaporan tanggung jawab sosial. Perusahaan yang beroperasi di lingkungan masyarakat memiliki tanggung jawab memberikan kemaslahatan terhadap pemangku kepentingan termasuk masyarakat. Ketika perusahaan mengungkapkan kegiatan ISR, dapat menekan ketimpangan informasi, meningkatkan peran informasi akuntansi dalam penilaian perusahaan, dan menambah integritas laporan perusahaan²⁵. Menurut Haniffa, tujuan ISR adalah sebagai bentuk pertanggungjawaban serta keterbukaan perusahaan dalam menyediakan informasi. Hal tersebut diuraikan dalam tabel sebagai berikut:

²³ Ros Haniffa, "Social Reporting Disclosure: An Islamic Perspective," *Indonesian Management & Accounting Research* 1, no. 2 (2002): 128–146.

²⁴ Haniffa.

²⁵ Harun et al., "CSR Disclosure, Corporate Governance and Firm Value: A Study on GCC Islamic Banks."

Tabel 2.1 Bentuk Akuntabilitas dan Transparansi dalam ISR

Tujuan ISR:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Merepresentasikan akuntabilitas pada Allah SWT dan publik 2. Meningkatkan transparansi bisnis melalui penyediaan informasi yang tepat dengan mempertimbangkan aspek spiritual investor muslim atau kepatuhan syariah dalam proses pengambilan keputusan 	
Bentuk Akuntabilitas:	Bentuk Transparansi
<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyajikan produk yang halal dan baik 2. Menunaikan hak Allah dan masyarakat 3. Membuat keuntungan yang wajar dengan tidak melanggar prinsip Islam 4. Menggapai target usaha bisnis 5. Menjadi karyawan dan masyarakat 6. Meyakinkan aktivitas bisnis berkelanjutan secara timbal balik antara organisasi dengan lingkungannya 7. Mempunyai visi bekerja adalah bentuk ibadah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyajikan informasi terkait seluruh aktivitas halal dan haram 2. Menyajikan informasi yang sesuai terkait pembiayaan dan aturan investasi 3. Menyajikan informasi yang sesuai terkait aturan karyawan 4. Menyediakan informasi yang sesuai terkait interaksi dengan masyarakat 5. Menyediakan informasi yang tepat tentang pemeliharaan lingkungan dan pemanfaatan sumber daya

Sumber : Penelitian Haniffa, 2002

Ajaran Islam didasarkan pada tanggung jawab dan akuntabilitas manusia terhadap semua sumber daya hidup dan non-hidup yang digunakan. Perusahaan yang beroperasi dalam masyarakat memiliki tanggung jawab memberikan manfaat kepada pemangku kepentingan termasuk masyarakat. Paradigma ISR dengan pilar taqwa, yaitu dimana perusahaan tidak hanya termotivasi oleh *profit-maximization* tetapi juga pencapaian untuk mengejar akhirat. ISR dapat mengevaluasi kualitas kepatuhan aktivitas perusahaan berdasarkan peraturan Islam dan mengevaluasi kepatuhan aktivitas perusahaan yang berpengaruh pada kesejahteraan sosial masyarakat.

Syariat Islam membimbing para pelaku Islam untuk tidak saling mengeksploitasi, itu juga melarang mengambil keuntungan dengan mengorbankan orang lain atau merugikan kepentingan orang lain. Seluruh prinsip Islam menjauhkan manusia dari gharar, riba, dan semua transaksi yang dilarang oleh hukum Islam. Hal ini menampilkan bahwa tiap-tiap individu dan perusahaan bertanggung jawab pada masyarakat dan diekspektasikan melaksanakan aktivitas serta fungsinya demi kepentingan umat manusia yang lebih baik. Mereka juga pada akhirnya bertanggung jawab dan bertanggung jawab atas perbuatan dan tindakan mereka. Indeks ISR yaitu bagian-bagian pengungkapan yang bermanfaat sebagai parameter untuk mengungkapkan aktivitas sosial organisasi bisnis Islam. Penelitian Haniffa mengembangkan lima poin pengungkapan kemudian ditambahkan poin tata kelola perusahaan oleh Othman *et al.*, sebagai berikut:

- a. Pendanaan dan Investasi
Informasi yang akan diungkapkan adalah apakah sumber pembiayaan dan investasi yang bebas bunga dan spekulatif karena hal tersebut diharamkan dalam Islam.
- b. Produk dan Jasa
Konsep ini sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan dengan menyajikan informasi seluruh produk atau jasa yang termasuk haram contohnya babi, perjudian, *khamr*, transaksi senjata, dan lain-lain.
- c. Karyawan
Bagian ini berisi informasi terkait dengan kebijakan perusahaan kepada karyawan contohnya upah, pendidikan dan *training* karyawan, bentuk pekerjaan, kesempatan yang sama, kesehatan dan kesejahteraan, lingkungan kerja, dan aturan keagamaan.
- d. Masyarakat
Bagian ini menyediakan informasi terkait posisi perusahaan guna membantu pengembangan ekonomi dan menangani kesulitan sosial seperti pinjaman kebaikan, pemberian beasiswa, hibah, dan lain-lain.
- e. Lingkungan hidup
Perusahaan harus senantiasa memelihara hubungan timbal balik dengan lingkungan. Dengan demikian, perusahaan harus menjaga lingkungan seperti melakukan penanaman.

f. Tata Kelola Perusahaan

Bagian ini menginformasikan hak, prosedur, dan otoritas secara menyeluruh yang ditentukan oleh internal dan eksternal atas manajemen perusahaan dengan maksud menjaga kebutuhan *stakeholder*. Konsep pada tema ini perusahaan harus melaporkan semua aktivitas yang dilarang misalnya perjudian, praktik monopoli, manipulasi harga, penimbunan barang, dan lain-lain.

5. Profitabilitas

Profitabilitas yaitu kapabilitas perusahaan dalam mencapai laba dari aktivitas operasionalnya selama periode tertentu menggunakan aset yang dimiliki perusahaan. Definisi lain dari profitabilitas yaitu hasil akhir dari rangkaian kebijakan dan keputusan manajemen, dimana kebijakan dan keputusan tersebut menyangkut sumber dan penggunaan dana dalam menjalankan operasi perusahaan yang terangkum dalam neraca dan unsur-unsur laporan dalam neraca. Penilaian kinerja perusahaan dapat diamati oleh investor dari rasio profitabilitas. Orientasi dibangunnya perusahaan yaitu memperoleh laba, maka normal ketika analis dan investor berfokus pada keuntungan. Bisnis dapat bertahan jika memiliki tingkat profitabilitas yang konsisten, yang berarti mereka dapat memperoleh keuntungan yang memadai dibandingkan dengan risiko. Rasio profitabilitas dapat mengukur tingkat efektivitas manajemen dalam mengelola perusahaan²⁶. Keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan dibuktikan dengan perolehan laba yang maksimal dari aktivitas perdagangan dan pendapatan investasi. Laba memegang peranan krusial dalam kelangsungan hidup perusahaan dan berguna untuk membiayai aktivitas bisnis.

Menurut Kasmir tujuan penggunaan profitabilitas yaitu sebagai tolok ukur perusahaan dalam menciptakan laba pada waktu tertentu, sebagai pembanding laba terdahulu dengan sekarang, mengevaluasi *progress* laba dari setiap periode dan mengukur efektivitas manajemen dalam mengelola dana perusahaan²⁷. Berikut macam-macam rasio profitabilitas:

²⁶ Purbawangsa et al., "Corporate Governance, Corporate Profitability toward Corporate Social Responsibility Disclosure and Corporate Value (Comparative Study in Indonesia, China and India Stock Exchange in 2013-2016)."

²⁷ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, Revisi (Jakarta: Rajawali Pers, 2019).

- a. *Gross Profit Margin* (GPM) yaitu tolok ukur efisiensi perusahaan dalam aktivitas produksi. Rasio ini merupakan perbandingan laba kotor dengan penjualan neto.
- b. *Net Profit Margin* (NPM) yaitu tolok ukur laba bersih dengan penjualan. Tingginya NPM menunjukkan semakin baiknya kegiatan perusahaan.
- c. *Operating Profit Margin* (OPM) yaitu membandingkan antara laba bersih dengan penjualan.
- d. *Return on Asset* (ROA) yaitu tolok ukur perusahaan dalam menciptakan profit dari pemanfaatan aktiva. Rasio ini membandingkan antara laba bersih setelah pajak dengan total aktiva.
- e. *Return on Equity* (ROE) yaitu menghitung perbandingan laba bersih yang telah dipotong pajak dengan total ekuitas. Rasio ini menghitung hasil atas modal yang diinvestasikan dalam perusahaan.

Keuntungan setelah bunga dan pajak adalah keuntungan yang layak bagi para pemegang saham. Kemampuan perusahaan untuk membayar dividen berkorelasi positif dengan laba. Selain mendapatkan dividen, manajer akan memiliki lebih banyak kekuasaan dalam membuat strategi perusahaan. Maka dari itu, semakin banyak dividen yang dibagikan semakin banyak penghematan modal, dan sebaliknya, kekuasaan manajer (orang dalam) atau bahkan kepemilikan perusahaan meningkat karena dividen yang tinggi menghasilkan keuntungan yang tinggi. Oleh karena itu, investor sangat mempertimbangkan profitabilitas saat memilih investasi.

6. *Leverage*

Leverage merupakan tolok ukur aktiva perusahaan yang biayai dengan utang²⁸. Rasio yang mengelola utang supaya mendapatkan laba dan dapat membayar utangnya. Rasio ini dapat menilai kapabilitas perusahaan guna memenuhi semua utangnya, sehingga manajer keuangan memiliki kemampuan untuk membuat kebijakan yang memungkinkan penggunaan modal disesuaikan. Perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dananya dapat menggunakan modal sendiri dan meminjam pada kreditur. *Leverage* muncul karena perusahaan menggunakan aset yang menyebabkan harus membayar biaya tetap

²⁸ Kasmir.

menggunakan hutang. Tingginya rasio *leverage* mengindikasikan bahwa rendahnya modal sendiri dalam membiayai aktiva. Fungsi *leverage* sebagai berikut:

1. Untuk menggambarkan struktur modal untuk pembiayaan operasional
2. Menunjukkan formasi modal dari sumber pinjaman jangka panjang maupun jangka pendek, termasuk bunga dan denda
3. Membantu menganalisis dan mengevaluasi kapabilitas perusahaan untuk melunasi utangnya
4. Mengetahui total pinjaman dengan tanggal jatuh tempo
5. Mengukur dampak utang terhadap pengelolaan aktiva perusahaan
6. Tolok ukur seberapa banyak modal sendiri untuk dijadikan jaminan utang panjang nantinya
7. Sebagai alat ukur analisis atau penilaian keseimbangan antara aktiva, terutama aktiva tetap dan modal

Target perusahaan dapat diwujudkan melalui *leverage* dengan memanfaatkan aset atau dana yang memiliki biaya tetap. Biaya tetap merupakan risiko yang menjadi tanggungan perusahaan dalam pelaksanaan kebijakan keuangan. Tingkat risiko dapat dikendalikan melalui kapasitas aktivitas usaha. Penggunaan *leverage* dengan tepat dan pertimbangan yang mendalam dapat membantu menciptakan laba perusahaan. Selanjutnya laba yang didapat bisa dijadikan modal tersendiri bagi perusahaan. *Leverage* mengukur risiko jangka panjang yang terlibat dan menjelaskan struktur keuangan perusahaan. Berikut macam-macam rasio *leverage*:

- a. *Debt to Assets Ratio* yaitu berguna sebagai tolok ukur besarnya utang yang digunakan dalam membiayai aktiva perusahaan. Rasio ini membandingkan jumlah hutang dengan total aktiva.
- b. *Debt to Equity Ratio* yaitu mengukur utang dengan perbandingan semua utang dengan seluruh ekuitas.
- c. *Long Term Debt to Equity Ratio* ialah perbandingan utang jangka panjang dengan modal sendiri.
- d. *Time Interest Earned* yaitu rasio yang berguna untuk mengetahui total kali perolehan bunga. Rasio ini dapat mengukur kapabilitas perusahaan untuk memenuhi beban bunga.

- e. *Fixed Charge Coverage* yaitu rasio yang berguna menilai perusahaan dalam menutupi pembayaran bunga dan sewa.

7. Dewan Komisaris

Dewan komisaris mempunyai fungsi mengawasi kinerja perusahaan. Dewan komisaris ialah anggota perusahaan yang mempunyai peran dalam *monitoring* dan memberi petunjuk pada direksi. Dewan komisaris berperan dalam sistem pengendalian internal sebagai penanggung jawab atas pengelolaan perusahaan yang efektif²⁹. Fungsinya adalah memberikan pengawasan pada manajemen atas pengelolaan perusahaan, mewakili kepentingan pemegang saham, serta penanggung jawab pengendalian intern. Fungsi dewan komisaris sebagai berikut³⁰:

- a. Komisaris harus taat pada anggaran dasar serta peraturan undang-undang yang berlaku saat menjalankan tugasnya.
- b. Komisaris bertanggung jawab dan berwenang memantau tindakan direksi dan memberikan nasihat kepada direksi.
- c. Komisaris harus memantau efektivitas GCG yang diterapkan.

Dewan komisaris sedikitnya mencakup 2 anggota, salah satunya sebagai komisaris independen. Proporsi komisaris independen harus mencakup setidaknya 30% dari anggota dewan komisaris, satu diantaranya menjadi presiden komisaris. Proporsi dewan komisaris yang banyak akan meningkatkan kemampuan pengendalian internal dan lebih efektif dalam memantau manajer perusahaan untuk memenuhi kepentingan *stakeholder*. Persyaratan umum komisaris independen adalah bukan orang yang bekerja atau mempunyai wewenang dan tanggung jawab untuk merencanakan, memimpin, mengendalikan, atau mengawasi kegiatan perusahaan. Selain itu tidak memiliki saham, tidak memiliki hubungan afiliasi, dan tidak memiliki hubungan usaha pada perusahaan. Dewan komisaris harus menyelenggarakan rapat minimal 1 kali dalam 2 bulan. Dewan komisaris harus menyelenggarakan rapat bersama direksi minimal sekali dalam 4 bulan. Kehadiran

²⁹ Hussain et al., "Determinants of Islamic Social Reporting in Islamic Banks of Pakistan."

³⁰ Menteri BUMN, "Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara No.117 Tahun 2002 Penerapan Praktek Good Corporate Govenance Pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN)" (31 Juli, 2002).

anggota dewan komisaris dalam rapat wajib diungkapkan dalam laporan tahunan³¹.

Dewan komisaris bertanggung jawab atas nasihat dan pengawasan operasi perusahaan dan bertindak sebagai perwakilan pemegang saham. Dewan komisaris sepenuhnya bersifat non-eksekutif yang dipandang sebagai mekanisme *check and balance*³². Hal ini tidak hanya untuk memastikan bahwa perusahaan bertindak demi kepentingan terbaik pemilik tetapi juga untuk pemangku kepentingan lainnya dan untuk mereka yang memberi nasihat tentang presentasi aktivitas dan kinerja perusahaan kepada publik. Direktur non-eksekutif lebih cenderung menanggapi kekhawatiran tentang kehormatan dan kewajiban, dan umumnya akan lebih tertarik untuk memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan karena hal ini dapat meningkatkan kemampuan dan kehormatan sosial mereka serta citra dan reputasi perusahaan. Anggotanya terdiri dari komisaris independen dan perwakilan pemegang saham yang berasal dari luar perusahaan. Dewan komisaris dapat melakukan fungsinya sendiri atau memberikan wewenang kepada komite tetap yang bertanggung jawab atas dewan yang lebih besar memiliki lebih banyak perwakilan, yang berarti mereka dapat memberikan lebih banyak pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman khusus dari pemangku kepentingan dengan berbagai latar belakang. Perusahaan dengan anggota dewan yang didominasi oleh pihak luar (direktur non-eksekutif independen) dapat meningkatkan kinerja sosial dan perusahaan itu sendiri.

8. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan ialah tingkatan kecil besarnya perusahaan. Perusahaan besar punya banyak sumber daya, baik dibidang fasilitas, keuangan, maupun sumber daya manusia³³.

³¹ Otoritas Jasa Keuangan, "Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 33/POJK.04/2014 Tentang Direksi Dan Dewan Komisaris Emiten Atau Perusahaan Publik," 2014, [https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/POJK-tentang-Direksi-dan-Dewan-Komisaris-Emiten-atau-Perusahaan-Publik/POJK 33. Direksi dan Dewan Komisaris Emiten Atau Perusahaan Publik.pdf](https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/POJK-tentang-Direksi-dan-Dewan-Komisaris-Emiten-atau-Perusahaan-Publik/POJK%2033%20Direksi%20dan%20Dewan%20Komisaris%20Emiten%20atau%20Perusahaan%20Publik.pdf).

³² Bukhari, Hashim, and Amran, "Determinants and Outcome of Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) Adoption in Islamic Banking Industry of Pakistan."

³³ Lestari and Mochlasin, "Peran Moderasi Ukuran Perusahaan Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Islamic Social Reporting."

Ukuran perusahaan berhubungan dengan berapa banyak dana yang diperlukan dalam operasi bisnis dan perusahaan yang semakin besar maka memerlukan pembiayaan yang besar juga guna menciptakan laba. Klasifikasi perusahaan mencakup tiga bagian, yaitu *small firm*, *medium-size*, dan *large firm*. Total aktiva, ukuran log, dan nilai pasar saham merupakan cara perusahaan diklasifikasikan sebagai skala. Tingkat perusahaan yang besar cenderung memudahkan perusahaan mendapatkan sumber pendanaan. Untuk mengetahui seberapa kecil atau besar suatu perusahaan, dapat menghitung jumlah aset perusahaan, termasuk aset tetap, aset tak berwujud, dan aset lainnya, yang dimiliki perusahaan pada akhir periode pelaporan. Perusahaan besar mempunyai kelebihan dalam memperoleh sumber dana dari pasar modal. Apabila sumber dana dioperasikan maksimal akan menciptakan respon usaha yang baik dan investor terdorong untuk menanamkan modalnya.

Perusahaan besar mempunyai aktivitas operasi yang besar, sehingga berdampak besar pada masyarakat termasuk pemegang saham. Perusahaan yang lebih besar dari segi ukuran memiliki kegiatan dan sumber daya yang kompleks. Selain itu, perusahaan besar juga lebih menjadi sorotan publik karena mereka berada dibawah pengawasan media yang lebih besar dan tekanan kepentingan publik yang lebih besar sehingga berdampak pada perluasan informasi serta berpengaruh pada lingkungan. Verifikasi legitimasi perusahaan dari *stakeholder*, diperlukan banyak kegiatan yang berpengaruh terhadap pihak luar dan dalam yang punya kepentingan lebih kepada perusahaan³⁴. Perusahaan besar lebih menjadi sorotan masyarakat, sehingga perlu tingkat kehati-hatian yang lebih dalam mengungkapkan informasi. Menurut Badan Standarisasi Nasional klasifikasi ukuran perusahaan yaitu:

1. Perusahaan besar
Perusahaan besar ialah perusahaan dengan *net worth* lebih dari 10 milyar rupiah, mencakup tanah dan bangunan, dan penjualan tahunan lebih dari 50 milyar rupiah.
2. Perusahaan menengah
Perusahaan menengah terdiri dari perusahaan dengan *net worth* antara Rp. 1 Milyar dan Rp. 10 Milyar, mencakup

³⁴ Gray, Kouhy, and Lavers, "Corporate Social and Environmental Reporting : A Review Of The Literature and Longitudinal Study Of UK Disclosure."

tanah dan bangunan, dan memiliki hasil penjualan antara Rp. 1 Milyar dan kurang dari Rp. 50 Milyar.

3. Perusahaan kecil

Perusahaan kecil harus memiliki *net worth* paling banyak Rp. 200 Juta tidak termasuk tanah dan bangunan, dan memiliki hasil penjualan minimal Rp. 1 Milyar per tahun.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian Prihatiningtias *et al.*, dengan variabel independen profitabilitas, likuiditas, jenis perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan ukuran perusahaan, variabel dependen pengungkapan ISR. Hasil penelitian membuktikan bahwa jenis perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan ISR. Sedangkan profitabilitas, likuiditas, dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Persamaannya yaitu menggunakan profitabilitas dan ukuran dewan komisaris sebagai variabel independen, dan analisis data regresi berganda. Perbedaannya yaitu objek penelitian pada JII³⁵.

Penelitian Dewi dan Rita dengan variabel independen ukuran dewan komisaris dan ukuran Dewan Pengawas Syariah (DPS), variabel dependen pengungkapan ISR, variabel moderasi ukuran bank, membuktikan bahwa ukuran dewan komisaris dan ukuran DPS berpengaruh terhadap pengungkapan ISR. Sedangkan variabel moderasi ukuran bank tidak dapat memoderasi ukuran dewan komisaris maupun ukuran DPS. Metode kuantitatif dipakai dalam penelitian ini. Persamaannya adalah memakai ukuran dewan komisaris sebagai variabel independen dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Perbedaannya objek penelitian pada bank umum syariah di Indonesia dan memakai analisis regresi data panel³⁶.

Penelitian Nurjanah dan Bawono dengan variabel independen profitabilitas, *leverage*, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial. Variabel dependen ISR dan variabel moderasi ukuran perusahaan. Hasilnya mengkonfirmasi bahwa profitabilitas dan

³⁵ Yeny Widya Prihatiningtias, Elok Riskika Putri, and Wiwik Hidajah Ekowati, "Determinan Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) Pada Perusahaan Di Jakarta Islamic Index (JII)," *Ekuitas: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan* 6, no. 1 (2022): 115–33, <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i1.5001>.

³⁶ Dewi and Rita, "Board Of Commissioners , Sharia Supervisory Board , Isr : Bank Size Moderation."

kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap ISR. *Leverage* dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap ISR. Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh kepemilikan institusional terhadap ISR. Ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan kepemilikan manajerial terhadap ISR. Persamaannya adalah menjadikan profitabilitas dan *leverage* sebagai variabel independen dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Penelitian ini memakai metode kuantitatif dengan uji *Moderated Regression Analysis* (MRA). Perbedaannya yaitu objek penelitian pada bank umum syariah di Indonesia³⁷.

Penelitian Hussain *et al.*, dengan variabel independen *firm size*, profitabilitas perusahaan, *firm age*, *board size*, *board composition*, variabel dependen ISR, membuktikan bahwa variabel *firm size*, profitabilitas perusahaan, *firm age*, dan *board size* berpengaruh positif dan signifikan terhadap ISR. Variabel *board composition* tidak memiliki pengaruh terhadap ISR. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan persamaannya menggunakan variabel independen profitabilitas dan menggunakan teori legitimasi. Perbedaannya analisis data menggunakan metode *Generalized Method of Moment* (GMM), serta objek penelitian pada bank syariah yang terdaftar di Bursa Efek Pakistan³⁸.

Penelitian Pratiwi *et al.*, dengan variabel independen ukuran dewan direksi dan DPS, variabel dependen pengungkapan ISR, membuktikan bahwa ukuran dewan direksi dan DPS berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan ISR. Sedangkan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pelaporan ISR. Penelitian ini memakai metode kuantitatif. Persamaannya yaitu menjadikan ukuran dewan komisaris sebagai variabel independen, dan analisis data regresi linear berganda. Perbedaannya yaitu objek penelitian pada bank umum syariah di Indonesia³⁹.

³⁷ Nurjanah and Bawono, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating Pada Bank Umum Syariah 2016-2020."

³⁸ Hussain et al., "Determinants of Islamic Social Reporting in Islamic Banks of Pakistan."

³⁹ Angrum Pratiwi, Darmawati Darmawati, and Rizky Amaliyah, "Penerapan Good Corporate Governance Dalam Pengungkapan Islamic Social Reporting Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia," *El-Barka: Journal of Islamic Economics and Business* 3, no. 2 (2020): 257–81, <https://doi.org/10.21154/elbarka.v3i2.2404>.

Penelitian Nugraheni dan Khasanah dengan variabel independen frekuensi rapat dewan komisaris, ukuran dewan komisaris, komposisi dewan komisaris, dan kualifikasi dewan pengawas syariah, variabel dependen pengungkapan CSR, membuktikan bahwa frekuensi rapat dewan komisaris dan ukuran DPS berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan ukuran dewan komisaris, komposisi dewan komisaris, dan kualifikasi DPS tidak mempengaruhi pelaporan CSR. Penelitian ini memakai metode kuantitatif. Persamaannya yaitu memakai variabel ukuran dewan komisaris sebagai variabel independen, menggunakan teori *stakeholder*, pengungkapan CSR diukur menggunakan indeks AAOIFI, dan analisis data regresi linear berganda. Perbedaannya objek penelitian pada bank syariah Indonesia⁴⁰.

Penelitian Kalbuana *et al.*, dengan variabel independen profitabilitas, *leverage*, dan kinerja lingkungan, variabel dependen pengungkapan ISR, membuktikan bahwa *leverage* dan kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan ISR. Sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pelaporan ISR. Penelitian ini memakai metode kuantitatif. Persamaannya yaitu profitabilitas dan *leverage* dijadikan variabel independen, penggunaan teori legitimasi, analisis regresi linear berganda, dan objek penelitian perusahaan yang tercatat di JII. Perbedaannya yaitu objek penelitian pada periode 2013 sampai 2017⁴¹.

Penelitian Sabrina dan Betri dengan variabel independen profitabilitas dan *leverage*, variabel dependen pengungkapan ISR, membuktikan bahwa profitabilitas mempengaruhi dengan arah positif dan signifikan terhadap pengungkapan ISR, sedangkan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pelaporan ISR. Ukuran perusahaan dapat memperkuat hubungan antara profitabilitas terhadap pengungkapan ISR dan ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan antara *leverage* terhadap pengungkapan ISR. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Persamaannya yaitu menjadikan profitabilitas sebagai variabel independen dan ukuran

⁴⁰ Nugraheni and Khasanah, "Implementation of the AAOIFI Index on CSR Disclosure in Indonesian Islamic Banks."

⁴¹ Nawang Kalbuana et al., "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di JII Tahun 2013-2017)," *AKTSAR: Jurnal Akuntansi Syariah* 2, no. 2 (2019): 233, <https://doi.org/10.21043/aktsar.v2i2.6037>.

perusahaan sebagai variabel moderasi, metode yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan uji *Moderated Regression Analysis* (MRA). Perbedaannya yaitu menggunakan *syariah enterprise theory*⁴². Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, diringkas dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Yeney Widya Prihatiningti as <i>et al.</i> , ⁴³ (2022)	Determinan Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> pada Perusahaan di Jakarta Islamic Index	Dependen: Pengungkapan ISR Independen: profitabilitas, likuiditas, jenis perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan ukuran perusahaan	Jenis perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan ISR. Sedangkan profitabilitas, likuiditas, dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR.
2	Mega Ayu Paundriyana Dewi dan Maria Rio Rita ⁴⁴ .	<i>Board Of Commissioners , Sharia Supervisory Board , ISR :</i>	Dependen: Pengungkapan ISR Independen:	Ukuran dewan komisaris dan ukuran DPS berpengaruh terhadap

⁴² Sabrina and Betri, “Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi.”

⁴³ Prihatiningti, Putri, and Ekowati, “Determinan Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) Pada Perusahaan Di Jakarta Islamic Index (JII).”

⁴⁴ Dewi and Rita, “Board Of Commissioners , Sharia Supervisory Board , Isr : Bank Size Moderation.”

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
	(2021)	<i>Bank Size Moderation</i>	ukuran dewan komisaris dan ukuran DPS Moderasi: <i>bank size</i>	pengungkapan ISR. Sedangkan variabel moderasi ukuran bank tidak dapat memperkuat pengaruh ukuran dewan komisaris maupun ukuran DPS
3	Ismi Nurjanah dan Anton Bawono ⁴⁵ (2021)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Kepemilikan Institusional, dan Kepemilikan Manajerial terhadap ISR dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi	Dependen: ISR Independen: Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Kepemilikan Institusional, dan Kepemilikan Manajerial Moderasi: Ukuran Perusahaan	Profitabilitas, kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap ISR. variabel <i>leverage</i> , kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap ISR. ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh kepemilikan institusional terhadap ISR.

⁴⁵ Nurjanah and Bawono, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating Pada Bank Umum Syariah 2016-2020."

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
4	Arif Hussain et al., ⁴⁶ (2020)	<i>Determinants of Islamic social reporting in Islamic banks of Pakistan</i>	Dependen: ISR Independen: <i>firm size</i> , profitabilitas perusahaan, <i>firm age</i> , <i>board size</i> , <i>board composition</i>	<i>Firm size</i> , profitabilitas perusahaan, <i>firm age</i> , dan <i>board size</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap ISR. Sedangkan variabel <i>board composition</i> tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap ISR
5	Peni Nugraheni dan Erlinda Nur Khasanah ⁴⁷ (2019)	<i>Implementation of the AAOIFI Index on CSR Disclosure in Indonesian Islamic Banks</i>	Dependen: CSR <i>Disclosure</i> Independen: <i>Size of Board of Commisioners</i> (BOC), <i>composition of an independent BOC</i> , <i>frequency of board meetings</i> , <i>Sharia Supervisory</i>	Frekuensi rapat dewan komisaris dan ukuran DPS berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan ukuran dewan komisaris, komposisi dewan komisaris, dan kualifikasi DPS tidak

⁴⁶ Hussain et al., "Determinants of Islamic Social Reporting in Islamic Banks of Pakistan."

⁴⁷ Nugraheni and Khasanah, "Implementation of the AAOIFI Index on CSR Disclosure in Indonesian Islamic Banks."

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
			<i>Board (SSB) size, SSB qualification</i>	berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
6	Nawang Kalbuana <i>et al.</i> , ⁴⁸ (2019)	Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> : Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Kinerja Lingkungan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di JII Tahun 2013-2017)	Dependen: Pengungkapan ISR Independen: Profitabilitas, <i>leverage</i> , dan kinerja lingkungan	<i>Leverage</i> dan kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan ISR. Sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR
7	Sabrina dan Betri ⁴⁹ (2018)	Pengaruh Profitabilitas dan <i>Leverage</i> terhadap Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi	Dependen: Pengungkapan ISR Independen: profitabilitas dan <i>leverage</i> Moderasi: ukuran perusahaan	Profitabilitas, berpengaruh positif dan signifikan terhadap ISR. Ukuran perusahaan mampu memperkuat hubungan profitabilitas terhadap pengungkapan

⁴⁸ Kalbuana et al., "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di JII Tahun 2013-2017)."

⁴⁹ Sabrina and Betri, "Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi."

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
				ISR, dan ukuran perusahaan mampu memoderasi <i>leverage</i> terhadap ISR

C. Kerangka Berfikir

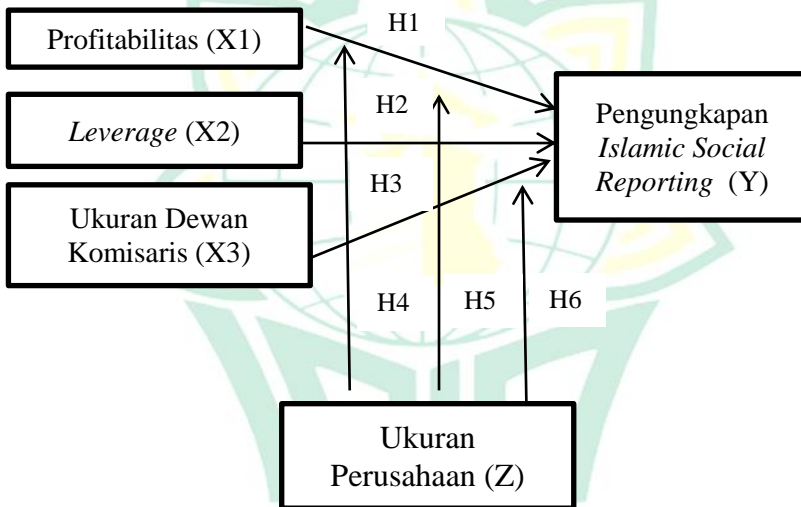
Pengungkapan ISR berperan sebagai percakapan antara perusahaan dengan *stakeholder*. Perusahaan harus memperhatikan interaksi dengan *stakeholder* untuk keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang salah satunya melalui pengungkapan ISR. Pengungkapan ISR sebagai bentuk transparansi dan akuntabilitas perusahaan. Perusahaan dengan motif syariah perlu menyajikan pengungkapan tanggung jawab sosial berlandaskan nilai-nilai syariah sebagai bentuk akuntabilitas kepada Allah. Beberapa aspek yang diprediksi mempengaruhi pengungkapan ISR diantaranya adalah profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris, dan ukuran perusahaan.

Profitabilitas berperan penting dalam pelaporan tanggung jawab sosial. Tingginya profit yang diciptakan perusahaan menandakan bahwa dapat mengatasi munculnya beban-beban pengungkapan. Semakin tinggi laba akan meningkatkan pengungkapan yang lebih luas. Faktor kedua yaitu *leverage*, perusahaan dengan *leverage* tinggi harus melengkapi informasi kreditnya. Tingginya nilai *leverage* mengindikasikan pada semakin besar kemungkinan perusahaan untuk menyajikan informasi sosial yang relevan pada pihak eksternal guna menekan asimetri informasi dan ketidakjelasan rencana perusahaan untuk masa depan.

Faktor ketiga yaitu ukuran dewan komisaris, proporsi dewan komisaris yang banyak akan meningkatkan kualitas pengungkapan dan menekankan untuk tidak membatasi informasi. Hal tersebut dikarenakan dewan komisaris bertanggung jawab sebagai pengawas pengendalian internal perusahaan dan memberikan nasihat pada direksi atas kegiatan pengurusan serta memastikan perusahaan telah melakukan GCG. Faktor keempat yaitu ukuran perusahaan, perusahaan yang masuk kategori besar mencerminkan tanggung

jawab perusahaan yang lebih besar juga dan berdampak pada pelaporan ISR yang lebih banyak. Ukuran perusahaan dipilih sebagai variabel moderasi karena besarnya perusahaan berarti aktivitas bisnis juga besar. Hal tersebut mencerminkan perusahaan mempunyai tekanan dari *stakeholder* juga besar, karena perusahaan besar sering menjadi sorotan publik. Maka dari itu perusahaan perlu meyakinkan kepada publik bahwa perusahaan melaksanakan kegiatan ekologis untuk kontinuitas perusahaan, mendapatkan legitimasi, serta memperoleh dukungan dari publik.

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian



D. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan awal dari rumusan penelitian. Bersumber pada landasan teori dan kerangka berfikir, dapat dirumuskan hipotesis berikut ini:

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting

Profitabilitas menjelaskan tingkat keefektifan manajemen dalam mengatur perusahaan yang didasarkan pada hasil atas perdagangan maupun penanaman modal. Fungsi profitabilitas yaitu untuk mengetahui hasil keuntungan dari aktivitas bisnis perusahaan⁵⁰. Profitabilitas adalah salah satu keadaan yang

⁵⁰ Alexander Thian, *Analisis Laporan Keuangan*, ed. Aldila (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2022).

menjadikan manajemen fleksibel dan leluasa dalam mengungkapkan ISR. Perusahaan yang menciptakan profit tinggi cenderung mengarah pada aktivitas intervensi kebijakan, termasuk penyediaan informasi tanggung jawab sosial. Kepedulian perusahaan pada tanggung jawab sosial akan menciptakan keuntungan. Selain itu, berperan sebagai prospek kinerja perusahaan mendatang sehingga mendapat kepercayaan dan investor memandang baik perusahaan. Oleh karena itu, tingginya profitabilitas menjadikan perusahaan untuk memperluas pelaporan kegiatan sosial dengan tujuan jangka waktu yang lama serta upaya meyakinkan investor.

Menurut teori legitimasi, terdapat kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat. Perusahaan harus membuktikan aktivitasnya harus berada dalam lingkup dan aturan yang berlaku di masyarakat untuk keberlangsungan perusahaan. Aktivitas perusahaan yang dapat melegitimasi posisi dalam masyarakat seperti menahan kemiskinan dan memberikan kontribusi pendidikan. Profitabilitas perusahaan yang dialokasikan pada kegiatan sosial akan berpengaruh terhadap eksistensi perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas, semakin luas informasi yang diungkapkan guna mendapatkan keyakinan masyarakat atas aktivitas bisnis yang dilaksanakan. Maka dari itu, nilai profit yang tinggi mengindikasikan pengungkapan ISR lebih luas.

Penelitian Hussain *et al.*, menegaskan bahwa profitabilitas yang dinilai dengan ROE berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan ISR⁵¹. Nilai ROE yang tinggi menunjukkan bahwa manajemen mengelola pembiayaan operasional dengan baik, sehingga mendapatkan laba bersih. Berdasarkan pemaparan diatas penelitian ini merumuskan hipotesis:

H₀: Tidak terdapat pengaruh signifikan profitabilitas terhadap pengungkapan ISR

H₁: Terdapat pengaruh signifikan profitabilitas terhadap pengungkapan ISR

⁵¹ Hussain et al., "Determinants of Islamic Social Reporting in Islamic Banks of Pakistan."

2. Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Leverage adalah tolok ukur seberapa besar peran hutang dalam membiayai aktiva perusahaan⁵². Modal yang bersumber dari kreditur dapat menciptakan laba dengan dampak perusahaan harus membayar bunga. Nilai *leverage* yang tinggi mendorong perusahaan untuk menyajikan ISR lebih relevan sebagai prospek jangka panjang untuk kontinuitas perusahaan dan mendapatkan kesan baik dari publik. Kreditur dapat mengamati prospek perusahaan melalui pengungkapan ISR. Perusahaan dengan nilai *leverage* yang tinggi dianggap berisiko dan diharapkan untuk mengungkapkan lebih banyak informasi terkait risiko. Selain itu, perusahaan juga mempunyai permintaan kreditur yang lebih tinggi untuk mengungkapkan informasi⁵³. Perluasan informasi mencegah terjadinya pelanggaran perjanjian perusahaan guna memberikan kepercayaan pada kreditur. Penelitian Yang *et al.*, menemukan bahwa laporan CSR memberikan prediksi jangka panjang kepada penyedia kredit, sehingga memungkinkan perusahaan menyajikan informasi lebih luas⁵⁴. Pelaporan informasi tanggung jawab sosial dapat mengurangi masalah yang merugikan antara perusahaan dan penyedia kredit sehingga meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan. Perusahaan yang mengungkapkan informasi dalam jumlah besar memberikan pemberi pinjaman indikator ekstrapinansial yang relevan yang tidak dilaporkan dalam laporan keuangan tetapi berguna untuk penilaian risiko. Sehingga mungkin mengalami perlakuan yang lebih baik oleh kreditur. Informasi yang diungkapkan perusahaan dapat mempengaruhi persepsi pemberi pinjaman tentang situasi aktual didalamnya dan ekspektasi masa depannya. Maka dari itu, pelaporan tanggung jawab sosial yang berkualitas baik akan meningkatkan akses perusahaan ke

⁵² Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*.

⁵³ P Fahad and Nidheesh Kb, "Determinants of CSR Disclosure : An Evidence from India," *Journal of Indian Business Research*, 2018, <https://doi.org/10.1108/JIBR-06-2018-0171>.

⁵⁴ S. Yang et al., "How Does Corporate Social Responsibility Change Capital Structure?," *Asia-Pacific Journal of Accounting and Economics* 25, no. 3-4 (2018): 352-287, <https://doi.org/https://econpapers.repec.org/scripts/redir.pf?u=https%3A%2F%2Fdoi.org%2F10.1080%252F16081625.2017.1354710;h=repec:taf:raaex:v:25:y:2018:i:3-4:p:352-387>.

sumber pembiayaan utang. Perusahaan dengan keadaan tinginya nilai *leverage* memiliki motivasi dalam mengungkapkan ISR lebih luas.

Merujuk pada teori legitimasi perusahaan dapat beroperasi dalam jangka panjang jika memiliki reputasi yang baik, kepercayaan, dan komitmen. Pengungkapan ISR memungkinkan pihak regulator, penanam modal, dan kreditur dapat mengawasi operasi bisnis guna meyakinkan ketaatan pada aspek pelaporan. Maka dari itu, seluruh masyarakat akan memperoleh manfaat dari penanaman modal dan pembentukan nilai, seperti yang dilandaskan pada teori legitimasi karena ISR mendukung keselamatan lingkungan bagi pemangku kepentingan. Perusahaan harus menjaga lingkungan sekitar dengan melaksanakan pertanggungjawaban sosial akibat dari kegiatan bisnis. Pengungkapan ISR menciptakan laba yang dapat menjadi jaminan penagih dan penanam modal. Penelitian Hamrouni *et al.*, membuktikan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan ISR⁵⁵. Berdasarkan pemaparan tersebut penelitian ini merumuskan hipotesis:

H₀: Tidak terdapat pengaruh signifikan *leverage* terhadap pengungkapan ISR

H₂: Terdapat pengaruh signifikan *leverage* terhadap pengungkapan ISR

3. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Dewan komisaris berperan untuk memantau pengelolaan operasi dan bisnis yang dijalankan direksi. Keberadaan dewan komisaris dapat menunjang terciptanya praktik pengendalian internal yang baik untuk manajemen perusahaan. Praktik yang baik dalam tata kelola perusahaan memberikan dasar ISR yang sehat melalui penciptaan inovasi nilai yang menghubungkan semua pemangku kepentingan. Proporsi dewan komisaris diharapkan dapat mempengaruhi pengambilan keputusan manajemen. Proporsi dewan yang besar lebih baik untuk meningkatkan kemampuan pemantauan dan memperluas pengungkapan ISR karena *monitoring* yang ketat oleh dewan komisaris. Artinya dewan dapat mendesak manajemen untuk

⁵⁵ Hamrouni, Ben, and Toumi, "Corporate Social Responsibility Disclosure and Debt Financing."

memenuhi kewajibannya dengan lebih baik, termasuk sejauh mana mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Dewan komisaris memungkinkan terlibat lebih banyak aktivitas yang mengarah pada transparansi dan pengungkapan perusahaan yang lebih tinggi. Maka dari itu, perusahaan dengan proporsi dewan komisaris yang tinggi diekspektasikan dapat menampilkan pelaporan ISR yang lebih tinggi.

Merujuk pada teori *stakeholder* perusahaan harus memberikan manfaat untuk seluruh pemangku kepentingan, termasuk penyediaan informasi tanggung jawab sosial perusahaan. Hubungan teori dengan dewan komisaris yaitu sebagai pihak berkepentingan di perusahaan memiliki kewenangan dalam mengawasi jalannya pengurusan perusahaan yang mengarah pada transparansi dan efektivitas komunikasi untuk pengungkapan informasi yang jelas kepada *stakeholder*. Penelitian Dewi dan Rita mendukung bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR⁵⁶. Berdasarkan pemaparan diatas penelitian ini merumuskan hipotesis:

H₀: Tidak terdapat pengaruh signifikan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan ISR

H₃: Terdapat pengaruh signifikan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan ISR

4. Ukuran Perusahaan Memperkuat Pengaruh antara Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Ukuran perusahaan digunakan untuk mengklasifikasikan kecil besarnya perusahaan. Perusahaan besar ialah perusahaan yang punya banyak sumber daya, baik dibidang sumber daya manusia, keuangan, maupun fasilitas⁵⁷. Ukuran perusahaan memperlihatkan bahwa perusahaan mempunyai *stakeholder* yang banyak dan memotivasi untuk melaporkan ISR⁵⁸. Kecil besarnya perusahaan dapat dihitung lewat seluruh total aset. Ketika perusahaan mempunyai aset yang besar maka manajemen dapat memaksimalkan pengelolaan dan

⁵⁶ Dewi and Rita, "Board Of Commissioners , Sharia Supervisory Board , Isr : Bank Size Moderation."

⁵⁷ Lestari and Mochlasin, "Peran Moderasi Ukuran Perusahaan Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Islamic Social Reporting."

⁵⁸ Lestari and Mochlasin.

menciptakan profit yang tinggi. Profit yang tinggi berarti perusahaan mempunyai dana yang cukup untuk mengelola informasi dan menyajikan pengungkapan ISR.

Teori legitimasi menegaskan bahwa untuk meraih legitimasi *stakeholder* perusahaan akan mengungkapkan tanggung jawab sosial. Perusahaan akan berupaya melegitimasi keberadaannya dan menjalin hubungan sosial disekitarnya. Klasifikasi perusahaan yang semakin besar maka tekanan *stakeholder* cenderung lebih besar, karena perusahaan besar lebih sering menjadi sorotan publik. Perusahaan besar lebih terlihat dan terbuka untuk pengawasan publik, mereka memiliki kebutuhan legitimasi yang lebih besar dan membuat mereka lebih aktif dalam pelaporan ISR. Penelitian Sabrina dan Betri menjelaskan ukuran perusahaan memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan ISR⁵⁹. Berdasarkan pemaparan diatas, dihasilkan hipotesis sebagai berikut:

H₀: Ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh antara profitabilitas terhadap pengungkapan ISR

H₄: Ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh antara profitabilitas terhadap pengungkapan ISR

5. Ukuran Perusahaan Memperkuat Pengaruh antara Leverage terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting

Ukuran perusahaan ialah kategori kecil besarnya suatu perusahaan. Perusahaan besar melaksanakan kegiatan lebih besar dan menciptakan pengaruh yang besar. Kategori perusahaan yang semakin besar maka jumlah modal yang diinvestasikan juga banyak. Hal ini berarti juga sumber daya dan dana yang banyak lebih condong pada desakan luasnya informasi yang disediakan. Perusahaan dengan hutang besar berdampak pada tekanan *stakeholder* yang besar. Melalui pengungkapan ISR dapat melonggarkan tekanan dari *stakeholder* termasuk penyedia kredit untuk memperoleh kepercayaan.

Merujuk pada teori legitimasi, terdapat kesepakatan sosial antara perusahaan dengan masyarakat tempatnya beroperasi. Perusahaan besar melakukan aktivitas sosial akan berdampak positif bagi perusahaan dan bermanfaat untuk kelangsungan operasional perusahaan. Selain itu, besarnya

⁵⁹ Sabrina and Betri, "Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi."

perusahaan mengindikasikan tuntutan yang besar dari *stakeholder* sehingga perusahaan mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan untuk melegitimasi aktivitas perusahaan. Penelitian Nurjanah dan Bawono menjelaskan bahwa ukuran perusahaan memoderasi pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan ISR⁶⁰. Berdasarkan pemaparan diatas, dihasilkan hipotesis sebagai berikut:

H₀: Ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh antara *leverage* terhadap pengungkapan ISR

H₅: Ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh antara *leverage* terhadap pengungkapan ISR

6. Ukuran Perusahaan Memperkuat Pengaruh antara Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Ukuran perusahaan menunjukkan kategori besar kecilnya perusahaan. Perusahaan besar ialah perusahaan yang punya banyak sumber daya, baik dibidang sumber daya manusia, keuangan, maupun fasilitas⁶¹. Perusahaan besar memiliki organisasi yang lebih baik struktur, diversifikasi, dan aktivitas operasi yang kompleks. Ukuran perusahaan yang besar dengan total karyawan yang banyak dan berkualitas termasuk dewan komisaris akan berdampak pada pelaporan. Proporsi dewan komisaris yang banyak dapat memudahkan mengatur CEO dan efektivitas dalam pengawasan⁶². Sehingga tuntutan kepada manajemen juga besar untuk melaporkan ISR. Dewan komisaris mempunyai wewenang mendorong manajemen untuk melaporkan informasi ISR lebih luas. Sehingga dapat dipahami ketika proporsi dewan komisaris banyak cenderung mengungkapkan ISR lebih luas. Besarnya perusahaan manandakan bahwa memiliki banyak sumber daya

⁶⁰ Nurjanah and Bawono, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating Pada Bank Umum Syariah 2016-2020."

⁶¹ Lestari and Mochlasin, "Peran Moderasi Ukuran Perusahaan Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Islamic Social Reporting."

⁶² Dewi and Rita, "Board Of Commissioners , Sharia Supervisory Board , Isr : Bank Size Moderation."

sehingga memiliki dana untuk membuat informasi laporan perusahaan⁶³.

Merujuk pada teori *stakeholder*, perusahaan harus memperhatikan kemaslahatan pemangku kepentingan, tidak hanya beroperasi hanya untuk keperluannya sendiri. Perusahaan harus memperhatikan *stakeholder* agar mendapat dukungan dan memiliki hubungan yang baik. Ukuran perusahaan yang besar memiliki banyak kegiatan operasional sehingga berdampak besar terhadap *stakeholder*⁶⁴. Maka dari itu, perusahaan besar dengan proporsi dewan komisaris yang banyak dapat meningkatkan pengungkapan ISR untuk menjaga hubungan baik dengan *stakeholder*. Penelitian Nanda *et al.*, membuktikan bahwa ukuran perusahaan dapat memperkuat pengaruh antara ukuran dewan komisaris terhadap ISR⁶⁵. Berdasarkan pemaparan diatas, dihasilkan hipotesis:

H₀: Ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh antara dewan komisaris terhadap pengungkapan ISR

H₆: Ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh antara dewan komisaris terhadap pengungkapan ISR

⁶³ Lukman Effendy, Zuhrotul Isnaini, and Isnawati Isnawati, "Determinan Pengungkapan Islamic Social Reporting Perusahaan Yang Tergabung Di Jakarta Islamic Index," *Jmm Unram - Master of Management Journal* 10, no. 1 (2021): 71–87, <https://doi.org/10.29303/jmm.v10i1.645>.

⁶⁴ Dewi and Rita, "Board Of Commissioners , Sharia Supervisory Board , Isr : Bank Size Moderation."

⁶⁵ Nanda, Afrizal, and Junaidi, "Pengaruh Corporate Governance Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)."