

BAB II LANDASAN TEORI

A. Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*.¹ Teori *stakeholder* digunakan sebagai dasar untuk menganalisis kelompok-kelompok yang mana perusahaan harus bertanggung jawab.² Asumsi teori *stakeholder* dibangun atas dasar pernyataan bahwa perusahaan berkembang menjadi sangat pesat dan menyebabkan masyarakat menjadi sangat terkait dan memperhatikan perusahaan, sehingga perusahaan perlu menunjukkan akuntabilitas maupun tanggung jawab secara lebih luas dan tidak terbatas hanya kepada pemegang saham.³

Teori *stakeholder* bertujuan menciptakan nilai tambah bagi *stakeholder* karena keberlangsungan perusahaan didukung oleh *stakeholder*. Jika perusahaan tidak memperhatikan *stakeholder* maka *stakeholder* dapat menarik sumber daya yang dikelola oleh perusahaan dan akan berbahaya pada keberlanjutan perusahaan. Oleh karena itu, para *stakeholder* perlu dikelola dengan baik agar perusahaan mendapat dukungan dan tujuan perusahaan dapat tercapai.⁴

Berdasarkan teori *stakeholder* di atas, Pelaporan *islamic social reporting* diharapkan menjadi sebuah keinginan dari *stakeholder* yang dapat terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholdernya* dimana perusahaan akan secara sukarela mengungkapkan *islamic social reporting* tersebut kepada publik dan publik pada akhirnya

¹ Rafika Anggraini dan Yulius Jogi, "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*," *Jurnal Business Accounting Review* Vol. 2 No. 1 (2014): 62.

² Ahmad Badjuri, "Faktor-faktor Fundamental, Mekanisme *Coorporate Governance*, Pengungkapan *Coorporate Social Responsibility* Perusahaan Manufaktur dan Sumber Daya Alam di Indonesia," *Jurnal Dinamika Keuangan dan Perbankan* Vol. 3 No. 1 (2011): 41.

³ Hendri Affandi dan Meta Nursita, "Profitabilitas, Likuiditas, Leverage dan Ukuran Perusahaan: Sebuah Analisis *Islamic Social Reporting* (ISR) pada Perusahaan yang terdaftar di JII," *Majalah Ilmiah Bijak* Vol. 16 No. 1 (2019): 1.

⁴ Agus Purwanto, "Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*," *Jurnal Akuntansi dan Auditing* Vol.8 No.1 (2011): 19.

akan menaruh kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan untuk mengelola dananya.⁵

B. Teori Legitimasi

Teori legitimasi mengandung pengertian bahwa aktivitas berupa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu usaha yang berkenaan dengan tekanan dari lingkungan sekitar, misalnya tekanan politik, sosial ataupun ekonomi. Teori legitimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang diimplikasikan antara institusi sosial dan masyarakat.⁶ Kontrak sosial merupakan suatu cara untuk menjelaskan sejumlah besar harapan masyarakat tentang bagaimana seharusnya organisasi melaksanakan operasinya. Harapan sosial ini tidak tetap, namun berubah seiring berjalannya waktu. Hal ini menuntut perusahaan untuk responsif terhadap lingkungan di mana mereka beroperasi.⁷

Dalam teori legitimasi, organisasi harus secara berkelanjutan menunjukkan telah beroperasi dalam perilaku yang konsisten dengan nilai sosial. Hal ini sering kali dapat dicapai melalui pengungkapan (*disclosure*) dalam laporan tahunan perusahaan. Teori legitimasi menempatkan persepsi dan pengakuan publik sebagai dorongan utama dalam melakukan pengungkapan informasi di laporan keuangan.⁸

Legitimasi masyarakat merupakan faktor yang penting bagi perusahaan untuk terus bertahan dan berkembang, sebagai wahana dalam mengkonstruksi strategi perusahaan terutama yang berkaitan dengan usaha untuk memposisikan diri di tengah kondisi lingkungan masyarakat yang semakin berkembang dan maju.⁹ Sebuah perusahaan melegitimasi keberadaannya dalam masyarakat jika operasi dan kegiatannya terlihat mengikuti norma-norma yang

⁵ Novi Wulandari dan Nindya Tyas Hasanah, "Analisis Determinan Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)", *Jurnal Bisnis* Vol. 5 No. 2 (2017): 245.

⁶ Windi Asrama dan Safira, "Analisis Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (Studi Empiris pada perusahaan yang terdaftar di Daftar Efek Syariah 2012-2015)", *Jurnal Profita* Vol. 9 No. 3 (2016): 425.

⁷ Sri Roklinasari, "Teori-Teori dalam Pengungkapan Informasi *Corporate Social Responsibility* Perbankan," *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syaria'h* Vol. 7 No. 1 (2015): 7.

⁸ Sri Roklinasari, "Teori-Teori dalam Pengungkapan Informasi *Corporate Social Responsibility* Perbankan," 8.

⁹ Novi Wulandari dan Nindya Tyas Hasanah, "Analisis Determinan Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)", 244.

disetujui oleh masyarakat. Jika suatu perusahaan dipandang tidak mengikuti norma-norma sosial yang diharapkan masyarakat dalam operasinya, maka akan ada kesenjangan legitimasi antara operasi perusahaan dan harapan masyarakat. Perusahaan bisa melegitimasi operasi mereka dengan memiliki praktik tanggung jawab sosial yang baik. Jika suatu perusahaan sudah mendapat penghargaan atas praktik tanggung jawab sosial, maka kesenjangan legitimasi antara perusahaan dan masyarakat akan sangat kecil, dan perusahaan lebih bersedia untuk menjadi lebih transparan.¹⁰

Berdasarkan pemaparan teori legitimasi di atas, kinerja suatu perusahaan memberikan pengaruh yang besar terhadap masyarakat. Oleh karenanya, perusahaan bergerak berdasarkan prinsip syariah diharapkan mampu memberikan pertanggungjawabannya melalui *islamic social reporting* di dalam laporan tahunannya. Dengan *islamic social reporting* tersebut, masyarakat dapat menilai apakah operasi dan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan perusahaan syariah tersebut sudah baik atau masih harus diperbaiki.

C. *Disclosure* (Pengungkapan)

Istilah pengungkapan dalam akuntansi mengacu pada penyajian dan pengungkapan laporan keuangan perusahaan. Dalam konteks Islam, tujuan utama dari pelaporan perusahaan adalah untuk memungkinkan perusahaan Islam untuk menunjukkan kepatuhan mereka terhadap syariah. Tujuan lain dari pelaporan perusahaan yaitu untuk membantu pengambilan keputusan dalam membuat keputusan ekonomi. Bisnis syariah harus mengungkapkan semua informasi yang diperlukan untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang kegiatan operasional mereka.¹¹

Teori yang melatarbelakangi perusahaan untuk melakukan pengungkapan sosial adalah sebagai berikut:¹²

1. *Decision Usefulness Studies*

Teori ini memasukkan para pengguna laporan akuntansi yang lain selain para investor ke dalam kriteria dasar pengguna laporan akuntansi sehingga suatu pelaporan akuntansi dapat

¹⁰ Arif Lukman Santoso dan Zaki Murtadlo, "Determinan Pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada Bank Umum Syariah di Indonesia," *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis* Vol. 4 No. 2 (2017): 128.

¹¹ Ali Rama, "Analisis Determinan Pengungkapan *Islamic Social Reporting*: Studi kasus Bank Umum Syariah Indonesia," *Jurnal Equilibrium* Vol. 2 No. 1 (2014): 87.

¹² Rahmawati, *Teori Akuntansi Keuangan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 193.

berguna untuk pengambilan keputusan ekonomi oleh semua unsur pengguna laporan tersebut.

2. *Economic Theory Studies*

Studi ini berdasarkan pada *economic agency theory*. Teori tersebut membedakan antara pemilik perusahaan dengan pengelola perusahaan dan menyiratkan bahwa pengelola perusahaan harus memberikan laporan pertanggung jawaban atas segala sumber daya yang dimiliki dan dikelolanya kepada pemilik perusahaan.

3. *Sosial and Political Studies*

Sektor ekonomi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan politik, sosial, dan kerangka institusional tempat ekonomi berada. Studi sosial dan politik mencakup dua teori utama, yaitu *stakeholder theory* dan *legitimacy theory*.

Adapun jenis pengungkapan terdiri tiga jenis, yaitu:¹³

1. Pengungkapan Penuh (*Full Disclosure*)

Full disclosure merupakan pengungkapan yang mengimplikasikan penyajian dari seluruh informasi yang relevan. Pengungkapan ini sering dianggap berlebihan. Terlalu banyak informasi akan membahayakan, karena penyajian atas informasi tidak penting yang rinci akan mengaburkan informasi yang signifikan dan membuat laporan sulit untuk diinterpretasikan.

2. Pengungkapan Cukup (*Adequate Disclosure*)

Adequate disclosure merupakan pengungkapan minimum yang dinyatakan oleh peraturan yang berlaku, dimana angka-angka yang disajikan dapat diinterpretasikan dengan benar oleh investor.

3. Pengungkapan Wajar (*Fair Disclosure*)

Fair disclosure merupakan pengungkapan yang secara tidak langsung merupakan tujuan etis agar memberikan perlakuan yang sama kepada semua pemakai laporan dengan menyediakan informasi yang layak terhadap pembaca potensial.

Jenis pengungkapan yang dipublikasikan terdapat dua, yaitu:¹⁴

1. Pengungkapan Wajib (*Mandatory Disclosure*)

¹³ Ali Rama, "Analisis Determinan Pengungkapan *Islamic Social Reporting*: Studi kasus Bank Umum Syariah Indonesia," 88.

¹⁴Purwati Wardani, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Sukarela," *Jurnal Akuntansi Keuangan* Vol. 14 No. 1 (2012): 4.

Mandatory disclosure merupakan pengungkapan yang diharuskan dalam laporan tahunan menurut peraturan Bapepam

2. Pengungkapan Sukarela (*Voluntary Disclosure*)

Voluntary Disclosure merupakan pengungkapan yang tidak diwajibkan oleh Bapepam, dengan kata lain pengungkapan yang melebihi dari yang diwajibkan. Pengungkapan wajib dipandang sebagai pengungkapan yang harus dipenuhi oleh perusahaan sehingga perusahaan diasumsikan mematuhi pengungkapan minimal yang diharuskan tersebut, karena jika pengungkapan minimal yang wajib tersebut tidak terpenuhi maka perusahaan akan dituntut untuk memenuhi kekurangannya, sehingga dapat diasumsikan bahwa perusahaan mentaati pengungkapan wajib.

Berdasarkan pemaparan pengungkapan di atas peneliti menggunakan *islamic socialreporting* sebagai pengungkapan sukarela sebagai variabel penelitian. Dengan demikian diharapkan penelitian ini dapat mengungkap apakah investor menggunakan informasi sukarela utamanya yang berbasis syariah dalam mengambil keputusan investasinya.¹⁵

D. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

1. Definisi *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Sosial Resposibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan.¹⁶ Dapat dikatakan pula bahwa, CSR adalah tanggung jawab perusahaan untuk menyesuaikan diri terhadap kebutuhan dan harapan *stakeholders* sehubungan dengan isu-isu etika, sosial dan lingkungan, di samping ekonomi. CSR sebagai suatu kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara-cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan organisasi dan kepentingan publik eksternal.¹⁷

¹⁵Bayu Tri Cahya, *Islamic Social Reporting Representasi Tanggung Jawab dan Akuntabilitas Perusahaan Berbasis Syariah* (Bogor: UIKA Press, 2019), 38.

¹⁶Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 1.

¹⁷Suparno, *Corporate Social Responsibility, Teori dan Praktek* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2010), 123-124.

CSR merupakan suatu topik etika bisnis yang banyak diperbincangkan, karena CSR tak dapat lepas dari panggilan nurani para pelaku bisnis untuk bertindak etis. Oleh karena itu, kecenderungan para pelaku bisnis untuk melakukan kegiatan CSR harus memahami definisi-definisi CSR itu sendiri. Terdapat banyak definisi yang dikemukakan oleh berbagai pakar atau ahli tentang CSR. Namun itu semua tergantung sudut pandang yang para ahli gunakan.¹⁸

Trinidads & Tobacco Bureau of Standards mengartikan bahwa CSR merupakan komitmen usaha untuk terus bertindak etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaandengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus jugapeningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara luas.¹⁹ Sedangkan *The Word Bussines Council for Sustainable Development* (WBCSD) mendefinisikan CSR sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawantersebut dan masyarakat lokal dalam rangka meningkatkan kualitas hidup.²⁰

Istilah *Triple Bottom Line* pertama kali dikemukakan oleh John Elkington. Konsep ini merumuskan bahwa keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan tidak semata-mata bergantung pada laba usaha (*profit*), melainkan juga tindakan nyata yang dilakukan perusahaan terhadap masyarakat (*people*) dan lingkungan (*planet*).²¹ Hal tersebut dilakukan demi tercipta pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Keadaan masyarakat bergantung pada ekonomi dan keadaan ekonomi bergantung pada masyarakat dan lingkungan bahkan ekosistem global.²²

¹⁸Buchari Alma dan Donni Juni P, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2009), 180.

¹⁹Reza Rahman, *Corporate Social Responsibility antara Teori dan Kenyataan* (Yogyakarta: Media Pressindo, 2009), 10.

²⁰Totok Mardikanto, *Corporate Social Responsibility* (Bandung: Alfabeta, 2014), 93.

²¹J. Elkington, *Cannibal With Work: The Triple Bottom Line in 21st Century Business*, Gabriola Island (BS: New Society Publisher, 1997), 7.

²²Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 87.

CSR dikonseptkan sebagaipiramid yang terdiri dari empat macam unsur tanggung jawab yang harus dipertimbangkan secara berkesinambungan yaitu:²³

a. Tanggung jawab ekonomi (*Economic responsibilities*)

Tanggung jawab ekonomi merujuk pada fungsi utama bisnis yang bersifat *profit oriented*. Aktifitas ekonomi dalam *profit oriented* akan bersinergi dengan CSR jika didasari oleh iktikad untuk memberikan *price* yang memihak pada nasabah, artinya *price* merupakan representasi dari kualitas dan nilai sebenarnya dari produk (barang ataupun jasa).

b. Tanggung jawab hukum (*Legal responsibilities*)

Saat perusahaan memutuskan untuk menjalankan operasinya di wilayah tertentu maka ia telah sepakat untuk melakukan kontrak sosial dengan segala aspek norma dan hukum yang telah ada maupun yang akan muncul kemudian. Tanggungjawab hukum mengupayakan bahwa perusahaan selalu mematuhi terhadap ketentuan perundang-undangan yang berlaku dan tidak akan melakukan hal yangmelawan hukum.

c. Tanggung jawab etis (*Ethical responsibilities*)

Tanggung jawab etis berimplikasi pada kewajiban menyesuaikan segala aktivitas sesuai dengan norma sosial dan etika yang berlaku meskipun tidak tertera dalam bentuk tertulis formal. Tanggung jawab etis ini bertujuan untuk memenuhi standar, norma dan pengharapan dari *stakeholder* terhadap perusahaan. Tanggung jawab etis juga sebuah bentuk korporat yang senantiasa menjunjung kearifan dan adat lokal.

d. Tanggung jawab Filantropis (*Philanthropic responsibilities*)

Tanggung jawab filantropi adalah tanggung jawab terhadap sesama mencakup peran aktif perusahaan dalam memajukan kesejahteraan manusia. Jadi tanggung jawab filantropi didasari oleh iktikad perusahaan untuk berkontribusi pada perbaikan komunitas secara mikro maupun makro sosial.

Dalam melakukan CSR perusahaan memiliki alasan tertentu yaitu diantaranya:²⁴

²³Sinour Yosephus, *Etika Bisnis Pendekatan Filsafat Moral terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010), 298.

a. Alasan sosial

Sebagai pihak luar yang beroperasi pada wilayah orang lain perusahaan harus memperhatikan masyarakat sekitarnya. Perusahaan harus ikut serta menjaga kesejahteraan ekonomi masyarakat dan juga menjaga lingkungan dari kerusakan yang timbul.

b. Alasan ekonomi

Motif perusahaan dalam melakukan program CSR berujung pada keuntungan. Perusahaan melakukan program CSR untuk menarik simpati masyarakat dengan membangun *image* positif bagi perusahaan.

c. Alasan hukum

Alasan perusahaan melakukan program CSR karena adanya peraturan pemerintah. Perusahaan yang tidak melakukan CSR akan dikenai sanksi atau denda dan bukan karena kesadaran perusahaan untuk ikut serta menjaga lingkungan. Hal ini diperkuat dengan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

2. Prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam kegiatan bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Tanggung jawab sosial ini merupakan salah satu prinsip dari penyelenggaraan/pengelolaan perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance/GCG*). Prinsip GCG antara lain:²⁵

- a. *Transparency*, diartikan sebagai keterbukaan informasi baik dalam proses pengambilan keputusan maupun dalam mengungkapkan informasi material dan relevan mengenai perusahaan. Perusahaan harus memberikan informasi secara tepat, memadai, jelas, akurat dan dapat dibandingkan.
- b. *Accountability*, diartikan sebagai kejelasan fungsi, struktur, sistem dan pertanggungjawaban organ perusahaan sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana efektif. Setiap

²⁴Mukti Fajar, *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia: Studi Penerapan CSR pada Perusahaan Multinasional, Swasta Nasional, dan BUMN di Indonesia* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 268.

²⁵Suparno, *Corporate Social Responsibility, Teori dan Praktek*, 125-127.

komponen organisasi mempunyai kompetensi sesuai dengan tanggung jawab masing-masing.

- c. *Responsibility*, diartikan sebagai pertanggungjawaban perusahaan yaitu kesesuaian (kepatuhan) di dalam pengelolaan perusahaan terhadap prinsip korporasi yang sehat serta peraturan perundang-undangan yang berlaku. Perusahaan harus mampu bertindak sebagai *good corporate citizen* (perusahaan yang baik).
- d. *Independency*, diartikan sebagai kemandirian yaitu suatu keadaan di mana perusahaan dikelola secara professional tanpa benturan kepentingan manapun yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- e. *Fairness* (kewajaran), yaitu perlakuan adil dan setara di dalam memenuhi hak-hak *stakeholder* yang timbul berdasarkan perjanjian serta peraturan perundang-undangan yang berlaku.

3. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Perspektif Islam

Perbuatan tanggung jawab begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Manusia memang memiliki kebebasan dalam berbuat tetapi, juga memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan alam, sosial dan kepada Allah SWT. Jadi, manusia adalah mahluk yang harus memiliki sifat tanggung jawab karena ia memiliki kemampuan untuk memilih secara sadar dalam meraih yang dikehendaki. Dalam perspektif Islam, CSR merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia.²⁶ Ihsan merupakan melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapatkan ridho Allah SWT. Disamping itu, CSR merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam, Allah adalah pemilik mutlak (*haqiqiyah*) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (*temporer*) yang berfungsi sebagai penerima amanah.²⁷

Menurut Muhammad Djakfar, Implementasi CSR dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang

²⁶Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN Malang Press, 2007), 160.

²⁷Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN Malang Press, 2007), 160.

menjadikannya ruh sehingga dapat membedakan CSR dalam perspektif Islam dengan CSR secara universal yaitu:²⁸

a. *Al-adl*

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang terapkan dalam hubungan usaha dan kontrak- kontrak serta perjanjian bisnis. Sesuai dalam firman Allah Swt dalam Al-Quran Surat Hud ayat 85 telah menegaskan sebagai berikut:

وَيَقْوَمِ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ
وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي
الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿٨٥﴾

Artinya: “Dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan.”²⁹

Ayat di atas menjelaskan bahwa sifat keseimbangan atau keadilan dalam bisnis adalah ketika perusahaan mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktifitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil yang diarahkan kepadahak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta. Jadi, dalam lingkungan perusahaan harus tercipta keseimbangan alam dan keseimbangan sosial yang adil.³⁰

b. *Al-ihsan*

Islam hanya memerintahkan dan menganjurkan perbuatan yang baik bagi kemanusiaan, agar amal yang dilakukan manusia dapat memberi nilai tambah dan mengangkat derajat manusia baik individu maupun kelompok. Ihsan adalah melakukan perbuatan baik, tanpa adanya kewajiban tertentu untuk melakukan hal tersebut. Ihsan adalah *beauty* dan *perfection* dalam sistem sosial.

²⁸Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, 45-48.

²⁹Departemen Agama, *al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Departemen Agama, 2015), Hud ayat 85.

³⁰ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, 45-48.

Bisnis yang dilandasi unsur ihsan dimaksudkan sebagai proses niat, sikap dan perilaku yang baik, transaksi yang baik, serta berupaya memberikan keuntungan lebih kepada *stakeholders*.³¹ Firman Allah SWT dalam Al-Quran Surat al-Baqarah ayat 195 menerangkan:

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى
الْهَلَكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ ﴿١٩٥﴾

Artinya: “Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.”³²

Ayat di atas menjelaskan bahwa jika orang-orang kaya tidak peduli dengan orang-orang tertindas dan lemah, dan tidak membayar zakat dan infak, maka sewajarnya bila kesenjangan sosial akan semakin melebar dan akan tercipta berbagai bentuk ketidakamanan dan ketidakadilan dalam masyarakat. Oleh karena itu, infak dan ihsan kepada orang lain akan melahirkan keseimbangan kekayaan, atau bisa disebut dengan pemeliharaan kekayaan dan modal. Implementasi CSR dengan semangat ihsan akan dimiliki ketika individu atau kelompok melakukan kontribusi dengan semangat ibadah dan berbuat karena atas ridho Allah SWT.³³

c. Manfaat

Konsep ihsan yang telah dijelaskan seharusnya memenuhi unsur manfaat bagi kesejahteraan masyarakat (internal maupun eksternal perusahaan). Konsep manfaat dalam CSR, lebih dari aktivitas ekonomi. Perusahaan yang sudah seharusnya memberikan manfaat yang lebih luas dan tidak statis misalnya terkait terbentuk *philanthropi* dalam berbagai aspek sosial seperti pendidikan, kesehatan, pemberdayaan kaum marginal, pelestarian lingkungan.³⁴

³¹Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, 45-48.

³²Departemen Agama, *al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Departemen Agama, 2015), Al Baqarah ayat 195.

³³Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, 45-48.

³⁴Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, 45-48.

d. *Amanah*

Dalam usaha bisnis, konsep amanah merupakan niat dan iktikad yang perlu diperhatikan pengelolaan sumber daya (alam dan manusia) secara makro, maupun dalam mengemudikan suatu perusahaan. Firman Allah Swt dalam Al Quran Surat an Nisa ayat 58:

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى
التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.”³⁵

Ayat ini ditujukan untuk semua umat Islam yang berhubungan dengan amanah. Amanah tersebut menyangkut hak-hak Allah Swt atas hamba-hamba-Nya. Seperti shalat, zakat, puasa, kafarat dan lainnya yang kesemuanya itu amanah yang diberikan tanpa pengawasan hambanya yang lain. Serta amanah yang berupa hak-hak sebagian hamba dengan hamba yang lainnya, seperti titipan. Itulah yang diperintahkan Allah untuk ditunaikan. Barang siapa yang tidak melakukannya di dunia maka akan dimintakan pertanggungjawabannya di hari kiamat.³⁶

Dalam perspektif Islam, kebijakan perusahaan dalam mengemban tanggung jawab sosial terdapat tiga bentuk implementasi yang dominan yaitu:³⁷

- a. Tanggung jawab sosial terhadap para pelaku dalam perusahaan dan *stakeholder*

³⁵ Departemen Agama, al-Qur'an dan Terjemahnya, (Jakarta: Departemen Agama, 2015), An Nisa ayat 58.

³⁶ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, 45-48.

³⁷ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004),

Stakeholder terdiri dari investor atau pemilik, kreditor, pemasok, pelanggan, karyawan, pemerintah dan masyarakat. Islam mendorong terwujudnya hubungan kemitraan antara pelaku bisnis dengan *stakeholder* internal maupun eksternal perusahaan dalam hal kebaikan dan saling menguntungkan.

b. Tanggung jawab sosial terhadap lingkungan alam

Bagian utama yang harus diperhatikan dalam kaitannya dengan CSR adalah lingkungan alam. Lingkungan alam data berupa lingkungan biotik ataupun abiotik, baik yang dapat diperbarui maupun tidak dapat diperbarui. Fenomena hujan asam, pemanasan global, teracuninya rantai makanan, kepunahan, perubahan musim adalah sebagai akibat dari perbuatan yang tidak bertanggung jawab. Sehingga korporat salah satunya perusahaan harus andil terhadap perbaikan lingkungan, ramah lingkungan, serta selalu mendukung dan proaktif dalam pelestarian lingkungan.

c. Tanggung jawab terhadap kesejahteraan sosial secara umum

Selain bertanggungjawab terhadap pihak yang berkepentingan terhadap usahanya dan lingkungan alam, perusahaan juga sudah seharusnya memberikan perhatian terhadap kesejahteraan umum masyarakat. Islam selalu menyeru untuk berbuat kedermawanan terhadap kaum lemah, miskin dan marginal. Islam sangat mendukung terhadap CSR karena tidak dapat dipungkiri bahwa bisnis menciptakan banyak permasalahan sosial, dan perusahaan bertanggung jawab menyelesaikannya.

Bisnis membutuhkan berbagai sumber daya alam untuk kelangsungan usaha, sehingga perusahaan bertanggung jawab untuk memeliharanya. Islam secara tidak langsung menganggap bisnis sebagai entitas yang kewajibannya terpisah dari pemiliknya, adanya CSR akan mengembangkan kemauan baik perusahaan tersebut.

E. *Islamic Social Reporting*(ISR)

Sejalan dengan makin meningkatnya pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam dunia bisnis, maka semakin meningkat pula keinginan untuk membuat pelaporan sosial atau yang sering disebut dengan *social reporting*. Banyak pendapat yang

menjelaskan mengenai pengungkapan *social reporting*. *Social reporting* merupakan perluasan dari sistem pelaporan keuangan yang merefleksikan perkiraan yang baru dan yang lebih luas dari masyarakat sehubungan dengan peran komunitas bisnis dalam perekonomian.³⁸

Dalam perspektif Islam, *social report* adalah praktik bisnis yang memilik tanggung jawab etis secara islami. Perusahaan memasukkan norma-norma agama Islam ditandai dengan adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial di dalam operasinya. Dengan demikian, praktik bisnis dalam kerangka Islami mencakup serangkaian kegiatan bisnis dalam bentuknya. Meskipun tidak dibatasi jumlah kepemilikan barang, jasa serta profitnya, namun cara-cara untuk memperoleh dan pendayagunaannya dibatasi oleh aturan halal dan haram oleh syariah.³⁹

Islamic Social Reporting (ISR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya bagi kepedulian sosial maupun tanggung jawab lingkungan dengan tidak mengabaikan kemampuan daripada perusahaan yang sesuai dengan prinsip Islam. ISR memiliki dua tujuan utama, yang pertama sebagai akuntabilitas kepada Allah Swt dan komunitas dan yang kedua yaitu meningkatkan transparansi kegiatan bisnis dengan cara memberikan informasi yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan spiritual para pembuat keputusan muslim. Selain itu indeks ISR juga menekankan pada keadilan sosial terkait pelaporan mengenai lingkungan, kepentingan minoritas dan karyawan.⁴⁰

1. Kerangka Syariah *Islamic Social Reporting (ISR)*

Kerangka syariah *Islamic Social Reporting (ISR)* pertama kali dikemukakan Ross Haniffa pada tahun 2002 dalam tulisannya yang berjudul "*Social Reporting Disclosure: An Islamic Perspective*." ISR lebih lanjut dikembangkan secara lebih ekstensif oleh Rohana Othman, Azlan Md Thani dan Erlane K Ghani pada tahun 2009 di Malaysia dan saat ini ISR masih terus dikembangkan oleh peneliti-peneliti selanjutnya. Menurut Haniffa terdapat banyak keterbatasan dalam pelapor

³⁸R Haniffa, "Social Reporting Disclosure: An Islamic Perspective", *Indonesian Management & Accounting Research* Vol. 1 No. 2 (2002): 133.

³⁹E. Suharto, "CSR Syariah", *Majalah Bisnis & CSR* Vol. 3 No. 16 (2010): 212.

⁴⁰Ari Kristin Prasetyoningrum, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, efisiensi Biaya dan Umur Perusahaan terhadap *Islamic Social Reporting (ISR)* pada Perbankan Syariah di Indonesia," *Journal of Islamic Banking and Finance* Vol. 2 No. 2 (2018): 148.

sosial konvensional, sehingga ia mengemukakan kerangka konseptual ISR yang berdasarkan ketentuan syariah.⁴¹

ISR tidak hanya membantu pengambilan keputusan bagi pihak muslim melainkan juga untuk membantu perusahaan dalam melakukan pemenuhan kewajiban terhadap Allah dan masyarakat menjadi landasan dasar atas terbentuknya ISR yang komprehensif. Kerangka syariah ini akan menghasilkan aspek-aspek material, moral dan spiritual dalam pelaporan ISR perusahaan.⁴²

ISR adalah standar pelaporan kinerja sosial perusahaan-perusahaan yang berbasis syariah. Indeks ini lahir dikembangkan dengan dasar dari standar pelaporan berdasarkan *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions* (AAOIFI) yang kemudian dikembangkan oleh masing-masing peneliti berikutnya. Secara khusus indeks ini adalah perluasan dari standar pelaporan kinerja sosial yang meliputi harapan masyarakat tidak hanya mengenai peran perusahaan dalam perekonomian, tetapi juga peran perusahaan dalam perspektif spiritual. Selain itu indeks ini juga menekankan pada keadilan sosial terkait mengenai lingkungan, hak minoritas, dan karyawan.⁴³

Tabel 2.1
Tujuan ISR

Tujuan ISR	
<ul style="list-style-type: none"> • Sebagai bentuk akuntabilitas kepada Allah Swt dan masyarakat • Meningkatkan transparansi kegiatan bisnis dengan menyajikan informasi yang relevan dengan memperhatikan kebutuhan spiritual investor muslim atau kepatuhan syariah dalam pengambilan keputusan. 	
Bentuk Akuntabilitas:	Bentuk Transparansi:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan produk yang halal dan baik 2. Memenuhi hak-hak Allah dan masyarakat 3. Mengejar keuntungan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan informasi mengenai semua kegiatan halal dan haram dilakukan 2. Memberikan informasi yang relevan mengenai

⁴¹R. Haniffa, "Social Responsibility Disclosure: An Islamic Perspective," 128.

⁴²R. Haniffa, "Social Responsibility Disclosure: An Islamic Perspective," 128.

⁴³Soraya Fitria dan Dwi Hartanti, "Islam dan Tanggung Jawab Sosial: Studi Perbandingan berdasarkan *Global Reporting Initiative* Indeks dan *Islamic Social Reporting* Indeks", Simposium Nasional Akuntansi 13 Purwokerto (2010): 6.

yang wajar sesuai dengan prinsip Islam	pendanaan dan kebijakan investasi
4. Mencapai tujuan usaha bisnis	3. Memberikan informasi yang relevan mengenai kebijakan karyawan
5. Menjadi karyawan dan masyarakat	4. Memberikan informasi yang relevan mengenai hubungan dengan masyarakat
6. Memastikan kegiatan usaha yang berkelanjutan secara ekologis	5. Memberikan informasi yang relevan mengenai penggunaan sumber daya dan perlindungan lingkungan
7. Menjadikan pekerjaan sebagai bentuk ibadah	

Sumber: Diolah dari Haniffa (2002)

2. Tema Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR)

Indek ISR adalah item-item pengungkapan yang digunakan indikator dalam pelaporan kinerja sosial institusi bisnis syariah. Haniffa membuat lima tema pengungkapan indeks ISR, yaitu tema pendanaan dan investasi, tema produk dan jasa, tema karyawan, tema masyarakat, dan tema lingkungan hidup.⁴⁴ Kemudian dikembangkan oleh Othman *et al.*, dengan menambahkan satu tema pengungkapan yaitu tema tata kelola perusahaan.⁴⁵

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan indeks ISR yang dirancang oleh Othman *et al* pada tahun 2009.⁴⁶ Penulis melakukan sedikit penyesuaian indeks-indeks yang tidak bisa diterapkan di Indonesia, sama dengan yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu Citra Indah dan Verawaty pada tahun 2016.⁴⁷ Berikut adalah enam kriteria pengungkapan dalam kerangka indeks ISR yang di dalamnya terdapat indikator untuk mengukur dan menilai tingkat pengungkapannya:

a. Pendanaan dan Investasi (*Finance & Investment*)

⁴⁴R Haniffa, "Social Reporting Disclosure: An Islamic Perspective," 133.

⁴⁵Rohana Othman, Azlan Md Thani, Erlane K Ghani, "Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shariah-Approved Companies in Bursa Malaysia," *Research Journal of International Studies Issue 12* (2009): 9.

⁴⁶Rohana Othman *et al* "Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shariah-Approved Companies in Bursa Malaysia," 9.

⁴⁷Citra Indah Merina dan Verawaty, "Analisis Komparasi Indeks Islamic Social Reporting Perusahaan Perbankan Syariah dan Perusahaan Go Publik Yang Listing Di Jakarta Islamic Index", *Jurnal Akuisisi*, Vol. 12, No. 2 (2016): 3-4.

Informasi yang akan diungkapkan adalah apakah sumber pembiayaan dan investasi yang bebas bunga (riba) dan spekulasi (gharar) karena hal ini sangat dilarang dalam Islam. sebagaimana ditegaskan Allah dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 278-279:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَذَرُوْا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَاۤ اِن كُنْتُمْ مُّؤْمِنِيْنَ ۗ ۝۲۷۸ ۙ فَاِنْ لَّمْ تَفْعَلُوْا فَاذْنُوْا بِحَرْبٍ مِّنَ اللّٰهِ وَرَسُوْلِهِۦ ۗ ۝۲۷۹ ۙ وَاِنْ تَبَتُّمۡ فَلَكُمْ رُءُوْسُ اَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلُمُوْنَ وَلَا تَظْلُمُوْنَ ۗ ۝۲۸۰

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. 278. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.”⁴⁸

Ayat ini menyatakan bahwa Allah Swt., memerintahkan hamba-hamba-Nya sekaligus melarang mereka mengerjakan hal-hal yang dapat mendekati kepada kemurkaan-Nya serta menjauhkan diri dari keridhaan-Nya, Beriman kepada syariat Allah Swt., yang telah ditetapkan kepada kalian berupa penghalalan jual beli, pengharaman riba dan lain sebagainya.⁴⁹

b. Produk dan Jasa (*Products and Services*)

Konsep ini merupakan tanggung jawab perusahaan untuk mengungkapkan semua produk atau jasa yang jatuh ke

⁴⁸Departemen Agama, al-Qur'an dan Terjemahnya, (Jakarta: Departemen Agama, 2015), QS. Al-Baqarah ayat 278-279.

⁴⁹Tafsir Ibnu Katsir diterjemahkan oleh M. Abdul Ghoffar E.M (Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2004), 556.

dalam kategori haram (dilarang) seperti minuman keras, transaksi senjata, perjudian dan hiburan. Muslim benar-benar peduli dengan status halal dari produk/jasa.⁵⁰

c. Karyawan (*Employees*)

Masyarakat Islam perlu tahu jika perusahaan dikelola secara adil terkait karyawan seperti informasi mengenai gaji, sifat pekerjaan, jam kerja, cuti, kesehatan dan kesejahteraan, kebijakan mengenai hal-hal keagamaan seperti waktu shalat dan tempat, pendidikan dan pelatihan dukungan kepada karyawan, kesempatan yang sama dan lingkungan kerja.⁵¹

d. Masyarakat (*Community Involvement*)

Konsep dasar yang mendasari tema ini adalah *ummah*, amanah, dan *'adl*. Beberapa aspek pengungkapan tema masyarakat seperti, sedekah, wakaf dan pinjaman kebajikan (*qard hassan*).⁵² Konsep tersebut menekankan pada pentingnya saling berbagi dan saling meringankan beban masyarakat. Islam menekankan kepada umatnya untuk saling tolong-menolong antar sesama. Bentuk saling berbagi dan tolong-menolong dapat dilakukan dengan sedekah, wakaf, dan *qard*. Sedang beberapa aspek lainnya yang dikembangkan oleh Othman *et al* tahun 2009 diantaranya adalah pemberian beasiswa pendidikan, pemberdayaan kerja para lulusan sekolah atau mahasiswa berupa magang, pengembangan generasi muda, peningkatan kualitas hidup bagi masyarakat miskin, kepedulian terhadap anak-anak, kegiatan amal atau sosial, dan dukungan terhadap kegiatan-kegiatan kesehatan, hiburan, olahraga, budaya, pendidikan dan agama.⁵³

e. Lingkungan Hidup (*Environment*)

Konsep yang mendasari tema ini adalah *mizan*, *i'tidal*, *khilafah*, dan *akhirah*. Konsep-konsep tersebut menekankan pada prinsip keseimbangan, kesederhanaan, dan tanggung jawab dalam menjaga lingkungan. Islam mengajarkan kepada umatnya untuk senantiasa menjaga, memelihara, dan

⁵⁰R Haniffa, "Social Reporting Disclosure: An Islamic Perspective," 140.

⁵¹Rohana Othman dan Azlan Md thani, "Islamic Social Reporting of Listed Companies In Malaysia," *International Business & Research Journal* Vol. 9 No. 4 (2010): 138.

⁵²R Haniffa, "Social Reporting Disclosure: An Islamic Perspective," 40.

⁵³Rohana Othman, Azlan Md Thani, Erlane K Ghani, Determinants of Islamic Social Reporting Among Tophariah-Approved Companies in Bursa Malaysia," *Research Journal of International Studies Issue 12* (2009): 18.

melestrasikan bumi. Allah menyediakan bumi dan seluruh isinya termasuk lingkungan adalah untuk manusia kelola tanpa harus merusaknya. Namun watak dasar manusia yang rakus telah merusak lingkungan ini.⁵⁴ Hal ini telah Allah isyaratkan dalam firmanNya Q.S Ar Ruum: 41

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ

لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ ﴿٤١﴾

Artinya: “Telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar).”⁵⁵

Dalam tafsir Ibnu Katsir, Abdul’Aliyah berkata “Barang siapa yang berlaku maksiat kepada Allah di muka bumi, berarti dia telah berbuat kerusakan di dalamnya. Karena kebaikan bumi dan langit adalah ketaatan. Oleh karena itu jika hudud ditegakkan, niscaya manusia dan mayoritas mereka akan menahan diri dari melakukan hal-hal yang diharamkan. Dan jika maksiat-maksiat ditinggalkan, maka hal tersebut menjadi sebab tercapainya berbagai berkah dari langit dan bumi.”⁵⁶

f. Tata Kelola Perusahaan (*Corporate Governance*)

Tata kelola perusahaan dalam ISR merupakan penambahan dari Othman *et al.*, dimana tema ini tidak bisa dipisahkan dari perusahaan guna memastikan pengawasan pada aspek syariah perusahaan. Prinsipnya dalam konsep *corporate governance* perusahaan harus mengungkapkan semua kegiatan yang dilarang seperti praktek monopoli, penimbunan barang yang diperlukan, manipulasi harga, perjudian, permainan dan segala jenis kegiatan yang

⁵⁴Rohana Othman dan Azlan Md thani, “Islamic Social Reporting of Listed Companies In Malaysia,” *International Business & Research Journal* Vol. 9 No. 4 (2010): 138.

⁵⁵Departemen Agama, al-Qur’an dan Terjemahnya, (Jakarta: Departemen Agama, 2015), Ar Ruum ayat 41.

⁵⁶Tafsir Ibnu Katsir, 539.

melanggar hukum.⁵⁷ Sebagaimana firman Allah Swt dalam surah Al Maidah ayat 8:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَذَرُوْا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبٰوِ
 اِنَّ كُنتُمْ مُّؤْمِنِيْنَ ۗ فَاِنَّ لَكُمْ تَفَعُّوْلًا فَاذْنُوْا بِحَرْبٍ
 مِّنَ اللّٰهِ وَرَسُوْلِهِ ۗ وَاِنْ تَبَتُّمُْ فَلَكُمْ رُءُوْسُ اَمْوَالِكُمْ
 لَا تَظْلُمُوْنَ ۗ وَلَا تُظْلَمُوْنَ ۗ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”⁵⁸

Maksud dari ayat diatas adalah, jadilah kalian penegak kebenaran karena Allah Swt., bukan karena manusia atau mencari popularitas. Dan jadilah saksi dengan adil. Maksudnya secara adil dan bukan secara curang.⁵⁹ Sejalan dengan ayat tersebut, salah satu prinsip dalam pelaksanaan *corporate governance* adalah *fairness* (kesetaraan atau keadilan) yang dimaksudkan untuk menghadirkan pengelolaan perusahaan yang adil bagi setiap pihak. Jika dikaitkan dengan syariah, maka keadilan tersebut harus mencakup aspek spiritual dan material. Maka makna adil dapat diperluas pada setiap prinsip yang terdapat dalam *Corporate Governance* maupun nilai-nilai lain yang dapat dimunculkan atas implementasi keadilan.⁶⁰

⁵⁷Rohana Othman dan Azlan Md thani, “Islamic Social Reporting of Listed Companies In Malaysia,” 138.

⁵⁸Departemen Agama, al-Qur’an dan Terjemahnya, (Jakarta: Departemen Agama, 2015), Al Maidah ayat 8.

⁵⁹Tafsir Ibnu Katsir, 45.

⁶⁰Bayu Tri Cahya, *Islamic Social Reporting Representasi Tanggung Jawab Dan Akuntabilitas Perusahaan Berbasis Syariah*, 154.

F. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul	Hasil Penelitian
1	Ari Kristin Prasetyoningrum <i>Journal of Islamic Banking and Finance</i> Vol. 2, No.2, 2018	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Efisiensi Biaya, & Umur Perusahaan Terhadap <i>Islamic Social Reporting</i> (ISR) pada Perbankan Syariah di Indonesia	Penelitian yang dilakukan pada perbankan syariah di Indonesia dengan kurun waktu 2011-2016, dengan beberapa kriteria dan terpilih 12 unit bank memberikan hasil bahwa secara simultan ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, efisiensi biaya, & umur perusahaan tidak signifikan berpengaruh terhadap ISR pada perbankan syariah di Indonesia.
<p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Ruang lingkup penelitian yaitu ISR. b. Penggunaan ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> sebagai variabel independen c. Penggunaan ISR sebagai variabel dependen d. Menggunakan alat uji SPSS <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Peneliti menambahkan variabel likuiditas sebagai variabel independen. b. Peneliti mengambil sampel perusahaan pada <i>JakartaIslamic Index 70 (JII70)</i>, sedangkan peneliti terdahulu mengambil sampel pada perbankan syariah di Indonesia. c. Peneliti mengambil sampel pada periode 2018, sedangkan peneliti terdahulu 2011-2016. 			
2	Citra Indah Merina dan Verawaty <i>Jurnal Akuisisi</i> Vol. 12, No. 2, 2016	Analisis Komparasi Indeks <i>Islamic Social Reporting</i> Perusahaan Perbankan Syariah & Peru	Penelitian ini membandingkan kualitas pengungkapan indeks ISR antara dua kelompok sampel. Yaitu perusahaan perbankan syariah dan perusahaan yang <i>listing</i> di JII. Berdasarkan hasil pengujian dengan Mann Whitney Test,

		sahaan Go Publik yang Listing di Jakarta Islamic Index	menunjukkan bahwa perusahaan perbankan mengungkapkan indeks ISR lebih baik dibandingkan dengan perusahaan listing di JII.
	<p>Persamaan: Ruang lingkup penelitian yaitu pengungkapan ISR</p> <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Peneliti mengambil sampel perusahaan pada JII70, sedangkan penelit terdahulu mengambil sampel pada perbankan syariah dan <i>Jakarta Islamic Index</i> (JII) Peneliti menggunakan alat uji SPSS sedangkan peneliti terdahulu Menggunakan <i>Mann Whitney Test</i> 		
3	Ali Rama dan Meliawati <i>Jurnal Equilibrium</i> Vol. 2, No.1, 2014	Analisis Determinan Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting: Studi Kasus Bank Umum Syatiah di Indonesia</i>	Penelitian ini dilakukan pada bank umum syariah di Indonesia periode 2010-2012. Pengungkapan ISR dilakukan dengan cara analisis kontenmelalui metode <i>skoring</i> . Penelitian ini menemukan bahwa hanya variabel ukuranbank yang berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan ISR pada bank umum syariah di Indonesia.
	<p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Ruang lingkup penelitian yaitu ISR Penggunaan profitabilitas, ukuran perusahaan, <i>leverage</i> sebagai variabel independen Penggunaan alat uji SPSS <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Peneliti menambahkan variabel likuiditas sebagai variabel independen Peneliti mengambil sampel pada <i>Jakarta Islamic Index</i>70 (JII70), sedangkan peneliti terdahulu mengambil sampel pada Bank umum Syariah di Indonesia 		
4	Ni Made Intan Wulandari dan I Gusti Bagus Wiksuana <i>E-Jurnal Manajemen Unud</i>	Peranan <i>Corporate Social Responsibility</i> Dalam Memoderasi Pengaruh	Penelitian ini untuk mengetahui peranan CSR dalam memoderasi pengaruh profitabilitas, <i>leverage</i> dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada

	Vol. 6, No. 3, 2017	Profitabilitas, <i>Leverage</i> Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	tahun 2011-2015. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menjadi 37 perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA). Penelitian ini menemukan bahwa <i>leverage</i> dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan profitabilitas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. (CSR) sebagai variabel pemoderasi mampu memoderasi pengaruh profitabilitas dan <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan tetapi tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
	<p>Persamaan: Penggunaan variabel profitabilitas, <i>leverage</i> dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen</p> <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Ruang lingkup peneliti tentang pengungkapan ISR, sedangkan peneliti terdahulu tentang nilai perusahaan Teknis analisis penelitian ini adalah regresi linear berganda, sedangkan peneliti terdahulu teknik analisis yang digunakan adalah <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA). 		
5	Aditya Dharmawan Krisna dan Novryns Suhardianto <i>Jurnal Akuntansi dan Keuangan</i> Vol. 18, No. 2, 2016	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	Penelitian ini bertujuan untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi luasnyatingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> , kepemilikan insti-tusional, ukuran dewan komisaris, ukuran dewan direksi, dan ukuran komite audit. Sampel

			<p>yang digunakan adalah perusahaan sektor pertambangan terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 2010-2012. Penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan komite audit memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Tidak ditemukan bukti pengaruh profitabilitas, <i>leverage</i>, kepemilikan institusional, ukuran dewan komisaris, dan ukuran dewan direksi terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.</p>
	<p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Penggunaan variabel profitabilitas, ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> sebagai variabel independen Penggunaan alat uji SPSS <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Menambahkan variabel likuiditas, sedangkan penelitian terdahulu menambahkan variabel kepemilikan institusional, ukuran dewan komisaris, ukuran dewan direksi dan ukuran komite audit Sampel yang digunakan pada perusahaan di <i>Jakarta Islamic Index 70 (JII70)</i>, sedangkan penelitian terdahulu pada perusahaan sektor pertambangan terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2012 		
6	<p>Iwan Setiawan, Fifi Swandari dan Dian Masita Dewi</p> <p><i>Jurnal Wawasan Manajemen</i> Vol. 6, No.2, 2018</p>	<p>Pengaruh Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> (ISR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Moderating</p>	<p>Penelitian ini dilakukan terhadap annual report 25 emiten syariah yang tergabung di <i>Jakarta Islamic Index (JII)</i> selama periode 2013-2016. Pengujian hipotesis menggunakan teknik regresi dengan variabel moderating. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (ISR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p>
	<p>Persamaan:</p> <p>Ruang lingkup penelitian yaitu pengungkapan ISR</p>		

	<p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Penggunaan variabel pengungkapan ISR sebagai variabel dependen, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan pengungkapan ISR sebagai variabel independen. Sampel yang digunakan peneliti pada <i>Jakarta Islamic Index 70 (JII70)</i>, sedangkan peneliti terdahulu pada di <i>Jakarta Islamic Index (JII)</i> selama periode 2013-2016 		
7	<p>Khaerun Nissa Rizdani dan Deni Lubis</p> <p>Jurnal Al-Muzara'ah Vol. 6 No. 2, 2018</p>	<p>Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> pada Perusahaan di <i>Jakarta Islamic Index</i></p>	<p>Data yang digunakan adalah laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di JII dari tahun 2012 hingga 2015, terpilih sebanyak 14 dari 30 perusahaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa dari lima variabel yang diduga memengaruhi tingkat pengungkapan ISR, tiga variabel, yaitu ukuran perusahaan berpengaruh positif, umur perusahaan dan <i>leverage</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan ISR. Dua variabel lainnya, yaitu jumlah dewan komisaris dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR</p>
	<p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Ruang lingkup penelitian yaitu ISR Penggunaan profitabilitas, ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> sebagai variabel independen <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Peneliti menggunakan alat uji SPSS, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan metode regresi data panel dengan pendekatan <i>fixed effect model</i> (FEM) Peneliti menambahkan variabel likuiditas, sedangkan peneliti terdahulu menambahkan variabel dewan komisaris 		
8	<p>Tria Karina dan Etna Nur Afri Yuyetta</p> <p><i>Journal Of Accounting</i> Vol.3, No. 2,</p>	<p>Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Islamic Social Reporting</i> Perusahaan-Perusahaan</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap ISR. Dari empat variabel yang diteliti, yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industri, dan surat berharga</p>

	2014	Yang Terdaftar Pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Tahun 2011-2012	syariah, terbukti bahwa ukuran perusahaan, tipe industri, dan surat berharga syariah berpengaruh positif terhadap <i>ISR</i> .
	<p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Ukuran perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel independen Penggunaan alat uji SPSS <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Peneliti mengambil sampel di JII70, sedangkan peneliti terdahulu mengambil sampel perusahaan yang terdaftar pada Indeks Saham Syariah (ISSI) tahun 2011-2012 Peneliti menambahkan variabel likuiditas dan <i>leverage</i>, sedangkan peneliti terdahulu menambahkan tipe industri dan surat berharga sebagai variabel independen 		
9	Novi Wulandari Widiyanti dan Nindya Tyas Hasanah <i>Jurnal Bisnis</i> Vol. 5, No.2, 2017	Analisis Determinan Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting (ISR)</i> (Studi Kasus pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta <i>Islamic Index</i> Tahun 2011-2015	Penelitian yang dilakukan pada JII periode 2011-2015, dengan beberapa kriteria dan terpilih 55 perusahaan memberikan hasil bahwa variabel likuiditas, profitabilitas, jenis industri dan umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan <i>ISR</i> pada perusahaan yang terdaftar di JII tahun 2011-2015. Sementara variabel jenis industri tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>ISR</i> .
	<p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Rang lingkup penelitian yaitu <i>ISR</i> Penggunaan variabel likuiditas, profitabilitas dan umur perusahaan sebagai variabel independen. Penggunaan alat uji SPSS <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Peneliti menambahkan <i>leverage</i> sebagai variabel independen Sampel yang digunakan peneliti pada <i>Jakarta Islamic Index 70 (JII70)</i>, sedangkan peneliti terdahulu pada <i>Jakarta Islamic Index (JII)</i> 		

10	<p>A. Nur Abdi Pratama, Saiful Muchlis dan Idra Wahyuni</p> <p><i>Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah</i> Vol. 2, No. 1, 2018</p>	<p>Determinan pengungkapan <i>Islamic Social Reporting (ISR)</i> Pada Perbankan Syariah Dengan Komisaris Independen Sebagai Variabel Moderating</p>	<p>Penelitian pada bank umum syariah yang beroperasi di Indonesia dalam kurun waktu 2013-2016 menunjukkan bahwa secara parsial, profitabilitas, ukuran bank, kepemilikan institusional, <i>leverage</i> serta komisaris independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pengungkapan <i>Islamic Social Reporting (ISR)</i>. Sedangkan untuk uji moderasi hanya profitabilitas yang dimoderasi oleh komisaris independen dalam melakukan pengungkapan <i>Islamic Social Reporting (ISR)</i>.</p>
<p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Ruang lingkup yaitu ISR Penggunaan variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, <i>leverage</i> sebagai variabel independen Penggunaan alat uji SPSS <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Peneliti menambahkan variabel likuiditas, sedangkan penelitian terdahulu menambahkan variabel kepemilikan institusional dan komisaris independen Sampel peneliti pada <i>Jakarta Islamic Index 70 (JII70)</i>, sedangkan peneliti terdahulu pada bank umum syariah tahun 2013-2016. 			
11	<p>Bayu Tri Cahya, Amiur Nuruddin dan Arfan Ikhsan</p> <p><i>IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)</i> Vol. 22, Issue 5, Ver. 10, 2017</p>	<p>Islamic Social Reporting: From The Perspectives Of Corporate Governance Strength, Media Exposure And The Characteristics Of Sharia Based Companies In Indonesia And Its Impact</p>	<p>Penelitian yang dilakukan pada <i>Jakarta Islamic Index (JII)</i> dengan kurun waktu 2012-2015, dengan beberapa kriteria dan terpilih dengan beberapa kriteria dan terpilih 67 perusahaan memberikan hasil bahwa tata kelola perusahaan dan profitabilitas memiliki signifikan positif pada ISR. Namun ukuran perusahaan memiliki signifikan negatif sementara paparan media tidak memiliki</p>

		On Firm Value	pengaruh signifikan terhadap ISR. Dan ISR mampu memediasi korelasi kekuatan tata kelola perusahaan, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
	<p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Ruang lingkup pengungkapan ISR Penggunaan variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Peneliti hanya menggunakan ISR sebagai variabel dependen, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan ISR dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen Peneliti menambahkan variabel <i>leverage</i> dan likuiditas sebagai variabel independen, sedangkan peneliti terdahulu menambahkan tata kelola perusahaan dan paparan media sebagai variabel independen Peneliti menggunakan alat Uji SPSS, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan alat uji <i>Generalized Structured Component Analysis</i> (GeSCA), Sampel peneliti pada <i>Jakarta Islamic Index 70</i> (JII70), sedangkan peneliti terdahulu pada <i>Jakarta Islamic Index</i> (JII) tahun 2012-2015 		
12	<p>Nia Fajriyatun Nadlifiyah dan Nisful Laila</p> <p><i>Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan</i> Vol. 4, No. 1, 2017</p>	<p>Analisis Pengaruh Kinerja Perusahaan Terhadap Pengungkapan ISR Bank Umum Syariah Tahun 2010-2014</p>	<p>Penelitian yang dilakukan pada bank umum syariah tahun 2010-2014 dengan beberapa kriteria dan terpilih 35 unit bank memberikan hasil secara simultan (Uji F), terdapat pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan, umur perusahaan, profitabilitas, dan likuiditas terhadap pengungkapan ISR. sedangkan secara parsial, variabel umur perusahaan dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR, sedangkan variabel ukuran perusahaan dan likuiditas berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan ISR</p>

	<p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Ruang lingkup pengungkapan ISR Penggunaan variabel profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Peneliti menambahkan variabel <i>leverage</i> sebagai variabel independen, sedangkan peneliti terdahulu menambahkan umur perusahaan sebagai variabel independen Peneliti menggunakan alat uji SPSS, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan Eviews Peneliti menggunakan sampel pada <i>Jakarta Islamic Index 70</i> (JII70) sedangkan peneliti terdahulu pada bank umum syariah tahun 2010-2014 		
13	Sutapa dan Heri Laksito <i>Jurnal Akuntansi Indonesia</i> Vol. 7, No. 1, 2018	Peran Islamic Social Reporting Terhadap NilaiPerusahaan	Penelitian ini dilakukan pada bank umum syariah tahun 2014-2016 dengan beberapa kriteria dan terpilih 44 unit bank memberikan hasil bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan ISR dan nilai perusahaan. Sedangkan ISR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
	<p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Ruang lingkup pengungkapan ISR Penggunaan profitabilitas sebagai variabel independen Penggunaan alat uji SPSS <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Peneliti menambahkan variabel likuiditas, <i>leverage</i> dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen, sedangkan peneliti terdahulu hanya menggunakan variabel profitabilitas Peneliti menggunakan ISR sebagai variabel dependen, sedangkan peneliti terdahulu menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel dependen Peneliti mengambil sampel pada <i>Jakarta Islamic Index70</i> (JII70), sedangkan peneliti terdahulu pada bank umum syariah tahun 2014-2016 		

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, *Firm Size* (Ukuran Perusahaan), profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* merupakan karakteristik penting yang mempengaruhi pengungkapan ISR. Hasil penelitian yang berbeda, membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali tentang pengaruh *Firm Size* (Ukuran Perusahaan), profitabilitas, likuiditas, dan *leverage*.

G. Hipotesis

Berdasarkan ladsan teori dan penelitian terdahulu yang telah dikemukakan di atas, maka hipotesis yang muncul adalah sebagai berikut:

1. Hubungan *Firm Size* (Ukuran Perusahaan) terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)

Suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan jumlah karyawan, nilai total asset, dan volume penjualan. Perusahaan yang lebih besar sudah pasti memiliki pembiayaan, fasilitas, dan sumber daya manusia yang lebih banyak untuk dapat melakukan pengungkapan yang lebih sesuai prinsip Islam.⁶¹

Perusahaan yang lebih besar adalah perusahaan yang memiliki sumber daya lebih banyak daripada perusahaan yang lebih kecil. Dengan demikian, perusahaan yang lebih besar sudah pasti memiliki pembiayaan, fasilitas, dan sumber daya manusia yang lebih banyak untuk dapat melakukan pengungkapan yang lebih sesuai dengan prinsip Islam. Atas dasar pemikiran tersebut, penelitian ini memprediksi bahwa perusahaan yang lebih besar akan cenderung melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah yang lebih luas.⁶²

Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Othman *et al.* (2009), penelitian ini menduga bahwa perusahaan yang lebih besar akan cenderung melakukan pengungkapan ISR secara lebih luas. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholders*. Perusahaan yang besar biasanya memiliki aktivitas yang lebih banyak dan kompleks, mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki *stakeholder* yang lebih banyak, serta mendapat perhatian lebih dari kalangan publik, maka dari itu perusahaan besar mendapat tekanan yang lebih untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya.⁶³

⁶¹Windi Asmara dan Safira, "Analisis Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar Di Daftar Efek Syariah 2012-2015)," *Jurnal Profita* Vol. 9 No. 3 (2016): 427.

⁶²Agus Sartono, *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi Edisi 1* (Yogyakarta: BPFE, 1990), 90-91.

⁶³Rohana Othman *et al* "Determinants of Islamic Social Reporting Among Top *Shariah*-Approved Companies in Bursa Malaysia," 16.

Penelitian Aditya Dharmawan Krisna dan Novrys Suhardianto pada tahun 2016 menunjukkan hasil ukuran perusahaan (*firm size*) berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Islamic social reporting*.⁶⁴ Hasil yang sama juga ditemukan oleh Khaerun Nissa Rizfani dan Deni Lubis pada tahun 2018.⁶⁵

Berdasarkan uraian dan hasil penelitian-penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : *Firm Size* (Ukuran Perusahaan) berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*

2. Hubungan Profitabilitas terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)

Kinerja ekonomi suatu perusahaan identik dengan profitabilitas, Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari usahanya.⁶⁶ Nilai perusahaan akan semakin meningkat seiring tingginya kinerja ekonomi perusahaan. Salah satu upaya untuk menarik investor adalah dengan menunjukkan nilai perusahaan yang tinggi. Perusahaan yang semakin untung akan berusaha menarik perhatian investor dengan cara menunjukkan luasnya informasi yang diungkapkan dalam laporan pertanggung jawaban sosial.⁶⁷

Bila ditinjau dari Teori *stakeholders* mendukung hubungan positif profitabilitas terhadap ISR. Teori ini menyatakan perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholders*nya. Makin *powerful stakeholders*, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi.⁶⁸ Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan

⁶⁴ Aditya Dharmawan Krisna dan Novrys Suhardianto, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial," *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* Vol. 18 No. 2 (2016): 119.

⁶⁵ Khaerun Nissa Rizfani dan Deni Lubis, "Pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada Perusahaan di Jakarta Islamic Index *Disclosure of Islamic Social Reporting among Companies in Jakarta Islamic Index*," *Jurnal Al-Muzara'ah* Vol. 6 No. 2 (2018): 103.

⁶⁶ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2018), 196.

⁶⁷ Novi Wulandari Widiyanti dan Nindya Tyas Hasanah, "Analisis Determinan Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) pada Perusahaan yang Terdaftar di JII tahun 2011-2015," *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* Vol.5 No. 2 (2017): 246.

⁶⁸ Tria Karina dan Etna Nur Afri Yuyetta, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Islamic Social Reporting* Perusahaan-Perusahaan Yang Terdaftar Pada

bahwa semakin tinggi profitabilitas maka perusahaan akan lebih luas dalam mengungkapkan informasi termasuk informasi mengenai tanggung jawab sosial secara islami.

Pada penelitian A. Nur Abdi Pratama, Saiful Muchlis dan Idra wahyuni pada tahun 2018, menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pengungkapan *islamic social reporting*.⁶⁹ Hasil yang sama juga ditemukan oleh Anita Anggraini Dan Mulyaning Wulan pada tahun 2015.⁷⁰

Berdasarkan uraian dan hasil penelitian-penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)

3. Hubungan Likuiditas terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Likuiditas bertujuan menaksir kemampuan keuangan perusahaan dalam memenuhi kewajiban-kewajiban jangka pendek dan komitmen pembayaran keuangannya. Semakin tinggi angka rasio likuiditas, akan semakin baik bagi investor. Perusahaan yang diminati investor adalah perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas yang cukup tinggi untuk standar perusahaan sejenisnya.⁷¹

Bila ditinjau dari teori legitimasi, yang menyatakan perusahaan berupaya meningkatkan kinerja keuangan demi mendapatkan sorotan publik. Kinerja keuangan yang ditunjukkan oleh rasio likuiditas suatu perusahaan erat kaitannya dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Semakin tinggi tingkat likuiditas yang dimiliki oleh perusahaan maka perusahaan memiliki dorongan yang tinggi untuk

Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Tahun 2011-2012,” *Journal Of Accounting* Vol. 3 No. 2 (2014): 3.

⁶⁹A. Nur Abdi Pratama, Saiful Muchlis dan Idra wahyuni, “Determinan Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) pada Perbankan Syariah dengan Komisaris Independen sebagai Variabel Moderating”, *Jurnal Ekonomi dan perbankan Syariah* Vol 2 No. 1 (2018): 113.

⁷⁰Anita Anggraini Dan Mulyaning Wulan, “Faktor Financial-Non Financial Dan Tingkat Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam* Vol. 2, No. 2 (2015):181.

⁷¹Bimaswara, *et al*, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Rasio Keuangan & Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial,” *e-Proceeding of Management* Vol. 5, No.2 (2018), 2.

memperluas pengungkapan ISR. Hal ini sesuai dengan penelitian Novi Wulandari dan Nindya Tyas Hasanah pada tahun 2017 menemukan bahwa variabel likuiditas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR.⁷²

Berdasarkan uraian dan hasil penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)

4. Hubungan *Leverage* terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.⁷³ Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. Semakin luas pengungkapan, maka makin banyak informasi yang dapat diperoleh investor, hal ini supaya investor dapat memperoleh keyakinan atas terjaminnya hak mereka sebagai kreditur.⁷⁴

Bila dikaitkan dengan teori *stakeholder*, bahwa perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi diduga akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial makin banyak. Dengan diberikan *disclosure* informasi seperti tanggung jawab sosial diharapkan pihak seperti kreditur dan investor dapat melihat tersebut sebagai jaminan atas *going concern* perusahaan sehingga haknya sebagai kreditor dan investor tetap terjamin dan tidak memberikan tekanan yang lebih besar ke perusahaan.⁷⁵

Pada penelitian A. Nur Abdi Pratama, Saiful Muchlis dan Idra wahyuni pada tahun 2018, menyatakan bahwa *leverage*

⁷²Novi Wulandari Widiyanti dan Nindya Tyas Hasanah, “Analisis Determinan Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) pada Perusahaan yang Terdaftar di JII tahun 2011-2015,” 239.

⁷³Kasmir, Laporan Keuangan, 151.

⁷⁴ Rafika Anggraini dan Yulius Jogi, “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*,” *Jurnal Business Accounting Review* Vol. 2 No. 1 (2014): 65.

⁷⁵ Rafika Anggraini dan Yulius Jogi, “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*,” 66.

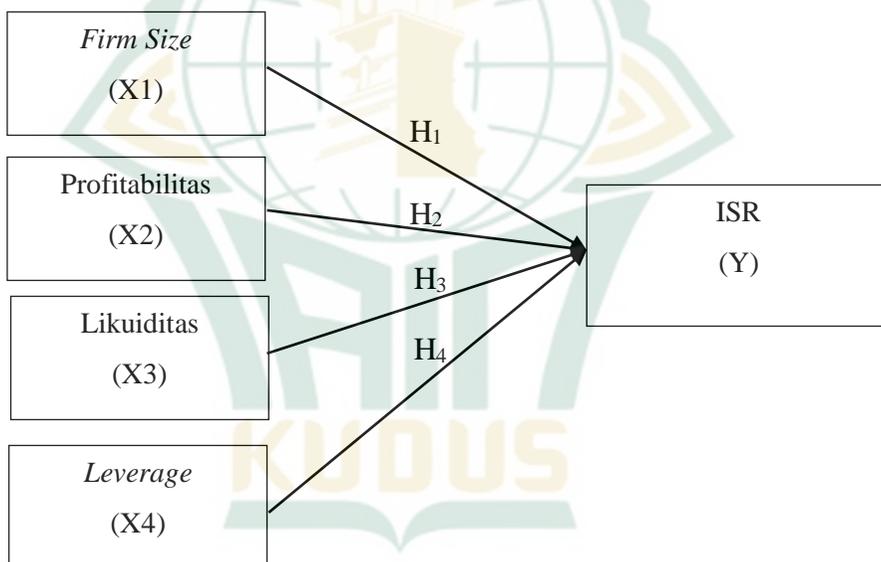
berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting*.⁷⁶

Berdasarkan uraian dan hasil penelitian-penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)

H. Kerangka Berpikir

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu yang sudah di jelaskan di atas, maka penelitian ini dapat digambarkan dalam kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 2.1.
Kerangka Berpikir

⁷⁶⁷⁶A. Nur Abdi Pratama, Saiful Muchlis dan Idra Wahyuni, "Determinan Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) pada Perbankan Syariah dengan Komisaris Independen sebagai Variabel Moderating," *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah* Vol. 2 No. 1 (2018): 103.

Perusahaan cenderung akan memberikan pelaporannya lebih banyak jika kinerja keuangan semakin baik. Ukuran kinerja dalam penelitian ini diwakili oleh *firm Size* (Ukuran Perusahaan), profitabilitas, likuiditas dan *leverage*. Disamping kinerja perusahaan, tingkat kedewasaan perusahaan juga dianggap mempengaruhi perusahaan dalam mengungkapkan pelaporannya. Semakin dewasa perusahaan maka semakin terbuka dalam mengungkapkan pelaporannya.

