

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 *Review Hasil Penelitian Terdahulu*

Secara ringkas penelitian-penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya tentang pengungkapan ISR adalah sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Aini dkk (2017) bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Usia Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Leverage, Likuiditas, Profitabilitas dan Kinerja Lingkungan pada Pengungkapan Pelaporan Sosial Islam pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index (JII)* pada tahun 2012-2015. Hasil penelitian ini adalah usia perusahaan, ukuran perusahaan, dan likuiditas berdampak positif secara signifikan terhadap pengungkapan ISR, sedangkan *leverage*, profitabilitas dan kinerja lingkungan tidak mempengaruhi pengungkapan ISR.

Penelitian yang dilakukan oleh Rostianti dan Sukanta (2018) bertujuan untuk mengetahui pengaruh Dewan Pengawas Syariah, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dewan Pengawas Syariah berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)*. Profitabilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)*. *Leverage* berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)*.

Penelitian yang dilakukan oleh Rizfani dan Lubis (2018). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara syariah dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Data yang digunakan adalah laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di JII dari tahun 2012 hingga 2015. Hasil analisis menunjukkan bahwa dari lima variabel yang diduga mempengaruhi tingkat pengungkapan ISR, tiga variabel, yaitu ukuran perusahaan berpengaruh positif, umur perusahaan dan *leverage* berpengaruh negatif signifikan

terhadap pengungkapan ISR. Dua variabel lainnya, yaitu jumlah dewan komisaris dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR.

Penelitian yang dilakukan oleh Prasetyoningrum (2018) bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) dalam perbankan syariah di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Ukuran, Profitabilitas, Likuiditas, Efisiensi Biaya dan Umur Perusahaan tidak signifikan berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) pada perbankan syariah di Indonesia. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ISR tidak dipengaruhi oleh semata-mata faktor keuangan perusahaan, namun faktor lain selain faktor keuangan lebih mempengaruhi pengungkapan ISR pada perbankan syariah misalnya faktor kedewasaan perusahaan yang diukur dengan Umur Perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Nugraheni dan Wijayanti (2017) bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) pada perusahaan yang sesuai syariah yang terdaftar di Daftar Efek Syariah (DES). Hasil penelitian menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif pada pengungkapan ISR, sementara profitabilitas, tipe industri dan kepemilikan surat berharga syariah tidak berpengaruh pada pengungkapan ISR di perusahaan yang terdaftar di DES Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh Sunarsih dan Ferdiansyah (2017) bertujuan untuk menganalisis pengaruh perusahaan yang menerbitkan sukuk, *size*, dan profitabilitas terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya *size* yang berpengaruh terhadap pengungkapan ISR, sehingga semakin besar total aset semakin besar pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Penerbitan sukuk tidak berpengaruh karena struktur kepemilikan perusahaan di Asia, termasuk Indonesia cenderung *family ownership concentration*. Profitabilitas tidak berpengaruh karena perusahaan memiliki cara pandang yang berbeda-beda terhadap *Islamic Social Reporting*.

Penelitian dilakukan oleh Putri dkk (2019) bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) pada Perbankan Syariah di bursa efek dan menganalisis data yang dilakukan pada laporan tahunan enam bank syariah tahun 2013-2017. Hasil uji F menyatakan bahwa faktor profitabilitas dan *leverage* secara bersama-sama mempengaruhi faktor-faktor pengungkapan ISR pada Perbankan Syariah di Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memudahkan bank syariah untuk menerapkan prinsip *full disclosure* dengan Islam secara lebih komprehensif.

Penelitian yang dilakukan oleh Cahya dan Rohmah (2019) bertujuan untuk menganalisis evolusi dan implementasi Pelaporan Sosial Islam. Penelitian ini dilakukan dengan studi literatur dengan meninjau bukti empiris dari penelitian sebelumnya dan kerangka hukum yang digunakan sebagai yaysan. Studi ini mengkaji evolusi literatur Pelaporan Sosial Islam dalam upaya untuk mengevaluasi posisi saat ini. Dari tinjauan tersebut, terbukti bahwa perusahaan yang menerapkan pelaporan kegiatan sosial yang disajikan dalam laporan tahunan perusahaan telah berada pada tingkat strategis dari kontinum tanggung jawab Islam. Dimana tingkat pelaporan perusahaan dalam kategori ini, menunjukkan bahwa perusahaan telah memenuhi prinsip tanggung jawab sosial. Tingkat Strategis itu sendiri mencakup tanggung jawab altruistik seperti tindakan kontributif kepada masyarakat, memberikan upah yang layak kepada karyawan, pelestarian lingkungan, sehingga harapan jangka panjang dapat meningkatkan kredibilitas dan tingkat kepercayaan pemangku kepentingan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1. Dewan Pengawas Syariah

Yaya dkk (2014:26) menyatakan bahwa Dewan Pengawas Syariah adalah suatu badan terafiliasi yang ditempatkan oleh Dewan Syariah Nasional dalam setiap Lembaga Keuangan Syariah, Dewan Pengawas Syariah terdiri dari pakar di bidang syariah yang memiliki pengetahuan di bidang perbankan.

Soemitra (2016:40) menyatakan bahwa Dewan Pengawas Syariah (DPS) adalah wakil Dewan Syariah Nasional (DSN) pada lembaga keuangan Syariah yang bersangkutan.

Peran utama para ulama dalam Dewan Pengawas Syariah adalah mengawasi jalannya operasional bank sehari-hari agar selalu sesuai dengan ketentuan-ketentuan syariah (Salman, 2017:20). Bank-bank syariah yang memiliki lebih banyak anggota *Shariah Supervisory Boards* (SSB) atau dewan pengawas syariah di bidang industri perbankan syariah memutuskan untuk memberikan lebih banyak informasi mengenai *corporate social responsibility* (Rahman dan Bukair, 2013).

Menurut Chariri (2012) kewajiban atas keberadaan Dewan Pengawas Syariah (DPS) pada institusi keuangan Islam telah diatur oleh *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions* (AAOIFI) dalam *Governance Standard for Islamic Financial Institutions* (GSIFI). Keputusan Dewan Pimpinan Majelis Ulama Indonesia (MUI) tentang susunan pengurus DSN-MUI No.Kep98/MUI/III/2001 menyatakan bahwa tugas dan wewenang dari Dewan Pengawas Syariah adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan pengawasan secara periodik terhadap Lembaga Keuangan Syariah yang berada di bawah pengawasannya.
- b. Membuat pernyataan atau opini secara berkala minimal setiap tahun bahwa Lembaga Keuangan Syariah yang diawasinya telah berjalan sesuai dengan ketentuan syariah.
- c. Mengajukan usulan pengembangan Lembaga Keuangan Syariah yang diawasinya kepada Dewan Syariah Nasional.
- d. Meneliti, membuat rekomendasi produk, melaporkan perkembangan produk dan operasional Lembaga Keuangan Syariah yang diawasinya kepada Dewan Syariah Nasional minimal dua kali dalam satu tahun anggaran.
- e. Merumuskan permasalahan yang memerlukan pembahasan Dewan Syariah Nasional.

2.2.2. Ukuran Perusahaan

Firmansyah (2013:64) menyatakan bahwa ukuran perusahaan adalah suatu skala, dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain : total aset, *log size*, nilai pasar saham, dan lain – lain.

Riyanto (2012:305) menyatakan bahwa ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan pada total aktiva, jumlah penjualan, dan rata-rata penjualan.

Brigham & Houston (2010:4) menyatakan ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain.

Ramadhani (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan merupakan tingkat identifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan besar biasanya melakukan aktivitas yang lebih banyak dan memiliki dampak yang besar terhadap para *stakeholders*. Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* terhadap informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil.

Ukuran perusahaan dapat diukur dengan total aktiva. Semakin besar total aktiva, maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut, karena semakin banyak modal yang ditanamkan. Suhardjanto dan Wardhani (2010) mengatakan bahwa ukuran perusahaan merupakan prediktor yang memengaruhi tingkat sosial ekonomis yang besar terhadap lingkungannya, sehingga lebih menjadi sorotan pemangku kepentingan. Maka dari itu, perusahaan dituntut untuk semakin banyak mengungkapkan informasi, termasuk mengenai kinerja sosial perusahaan. Penelitian Rosiana dkk (2015), Jannah dan Asrori (2016), Yulianti dkk (2016), Aini dkk (2017), dan Prasetyoningrum (2018) membuktikan bahwa terdapat hubungan yang positif antara ukuran perusahaan dengan tingkat pengungkapan ISR.

2.2.3. Profitabilitas

Menurut Kasmir (2014:115) definisi rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Ininya bahwa penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan.

Menurut Fahmi (2013:116) profitabilitas adalah rasio untuk menunjukkan keberhasilan perusahaan didalam menghasilkan keuntungan. Investor yang potensial akan menganalisis dengan cermat kelancaran sebuah perusahaan dan kemampuannya untuk mendapatkan keuntungan. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan.

Menurut Sartono (2010:122) definisi rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini. Profitabilitas ini dimaksudkan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari penjualannya, dari aset-aset yang dimilikinya, atau dari ekuitas yang dimilikinya.

Profitabilitas digunakan untuk melihat keefektifan manajemen suatu perusahaan. Salah satu pengukuran profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return On Asset (ROA)*. Kemampuan menghasilkan laba dari penjualan bisa berbeda untuk perusahaan dengan bisnis yang berbeda (Pudjiastuti, 2015:76).

Profitabilitas digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dan untuk melihat keefektifan manajemen suatu perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Semakin tinggi profitabilitas berarti semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga akan semakin luas pengungkapan yang dilakukan perusahaan (Aini dkk, 2017).

2.2.4. *Leverage*

Menurut Wiagustini (2010:77), Rasio *Leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh dana pinjaman.

Menurut Harahap (2015:306), *Leverage* merupakan rasio yang mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh kewajiban atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh ekuitas. Setiap penggunaan utang oleh perusahaan akan berpengaruh terhadap rasio dan pengembalian. Rasio ini dapat digunakan untuk melihat seberapa resiko keuangan perusahaan.

Menurut Kasmir (2015:157), *Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor dengan pemilik perusahaan). Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang.

2.2.5. *Islamic Social Reporting*

Othman et al (2010:139) menyatakan bahwa *Islamic Social Reporting* adalah suatu standar pelaporan kinerja sosial bagi perusahaan-perusahaan yang menggunakan prinsip syariah.

Menurut Arsyi (2015:7) *Islamic Social Reporting* (ISR) adalah perluasan dari *Social Reporting* yang meliputi harapan masyarakat tidak hanya mengenai peran perusahaan dalam perekonomian, tetapi juga peran perusahaan dalam perspektif spiritual. Dalam ISR, penekanan difokuskan pada keadilan sosial melalui melampaui melaporkan lingkungan, hak minoritas dan karyawan.

Menurut Sunarto (2016) ISR merupakan tolak ukur pelaksanaan kinerja perbankan syariah yang berisi kompilasi item-item standar yang

ditetapkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*). Indeks ISR diyakini dapat menjadi pijakan awal dalam hal standar pengungkapan tanggung jawab sosial yang sesuai dengan pijakan Islam.

Menurut Cahya dan Rohmah (2019) *Islamic Social Reporting* (ISR) adalah bentuk pelaporan kegiatan sosial berdasarkan prinsip spiritual dan harapan masyarakat yang secara holistik terkait dengan peran perusahaan dalam masyarakat dan lingkungan.

Pelaksanaan GCG merupakan faktor penting dalam pelaksanaan *corporate social responsibility*. Asas *corporate governance* yang berkaitan erat dengan CSR adalah asas *responsibility* dimana perusahaan melaksanakan tanggung jawabnya tidak hanya kepada pemilik saham saja tetapi juga kepada pemangku kepentingan perusahaan demi keberlanjutan perusahaan di masa mendatang. Pelaksanaan CSR Islam memiliki nilai filsafah yang digali dari Al-Qur'an dan As-sunnah. Kemudian menjadi sebuah pedoman dalam berbagai aktivitas kehidupan tidak terkecuali dalam pelaksanaan CSR terhadap perusahaan-perusahaan yang dibangun berdasarkan nilai-nilai Islam. Falsafah Islam menjadi roh yang akan membedakan nilai-nilai yang datangnya dari Islam atau bukan dari Islam (Yusuf, 2017).

Secara ilmiah ISR juga dilandasi oleh adanya *stakeholder theory* dan *legitimacy theory* (Cahya, 2018). Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. *Stakeholder* memerlukan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan suatu pengungkapan (*disclosure*) terkait praktik *social responsibility* yang dilakukan perusahaan melalui laporan tahunan (*annual report*) perusahaan.

Para *stakeholder* berhak untuk mengetahui semua informasi baik bersifat *mandatory* maupun *voluntary* serta informasi keuangan dan non-

keuangan. Sehingga yang dilakukan perusahaan tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kepentingan dan kebutuhan perusahaan sendiri tetapi juga harus dapat memberikan manfaat bagi *stakeholder* (Purwanto, 2011). ISR sangat membantu pengambilan keputusan bagi pihak muslim yang ingin melihat bagaimana suatu entitas bisnis dalam mengimplementasikan aktifitas bisnis berbasis syariah. Di sisi lain ISR juga membantu perusahaan dalam melakukan pemenuhan kewajiban terhadap Allah dan masyarakat menjadi landasan dasar atas terbentuknya ISR yang komprehensi.

ISR saat ini merupakan tuntutan publik agar perusahaan melakukannya, ini terjadi karena kesadaran masyarakat mengenai pentingnya *social report* tersebut. Sehingga hal ini dapat berdampak untuk meningkatkan reputasi perusahaan dan akhirnya mengamankan keuntungan jangka panjangnya. Kerangka syariah ini akan menghasilkan aspek-aspek material, moral, dan spiritual dalam pelaporan ISR perusahaan (Cahya dan Rohmah, 2019).

Secara bahasa, Islam artinya adalah ketundukan, ketaatan, kepatuhan, dan penyerahan diri kepada Allah SWT. Ajaran islam menurut Wibisono (2010) terdiri dari tiga aspek utama, yaitu :

1. Akidah

Akidah adalah pokok-pokok keimanan dan kepercayaan yang harus diyakini kebenarannya oleh manusia. Akidah Islam terpenting terangkum dalam rukun Iman yaitu iman kepada Allah SWT, iman kepada malaikat-Nya, iman kepada kitab-kitab-Nya, iman kepada rasul-rasul-Nya, iman kepada hari akhir, dan iman kepada takdir. Akidah bersifat tetap, tidak berubah karena waktu dan tempat.

2. Syariah

Syariah adalah peraturan dan hukum dari Allah SWT yang berisi perintah dan larangan (hukum taklifi) yang dibebankan kepada manusia. Syariah mengalami perkembangan dari waktu ke waktu sesuai peradaban manusia. Syariah secara umum terbagi dua bagian yaitu ibadah dan

muamalah. Ibadah terkait perintah dan larangan yang menyangkut hubungan vertikal antara Allah SWT dan manusia (*hablum minallah*). Sedangkan muamalah terkait perintah dan larangan yang menyangkut hubungan horizontal antara manusia dengan manusia, manusia dengan hewan-tumbuhan, dan manusia dengan lingkungan (*hablum minannas*), termasuk didalamnya masalah ekonomi, hukum, sosial, dan politik. Menurut Imam Al-Ghazali (w.505/1111) dalam Wibisono (2010), tujuan utama syariah Islam (*maqashid syariah*) adalah mewujudkan kemaslahatan manusia, yang terletak pada perlindungan terhadap agama (*dien*), jiwa (*nafs*), akal (*aqal*), keturunan (*nasl*), dan kekayaan (*maal*).

3. Akhlak

Akhlak adalah norma dan etika Islam yang menyangkut perilaku dan sikap manusia terhadap Allah, Nabi, manusia, hewan, tumbuhan, dan lingkungan. Akhlak Islam terangkum dalam konsep *ihsan*. Dengan *ihsan*, setiap manusia akan terdorong untuk selalu berperilaku baik dan menjauhi perilaku buruk.

Nilai moral Islam menyeimbangkan antara individu dengan masyarakat dan menyeimbangkan antara kepentingan individu dan tanggung jawab sosial. Salah satu cara untuk meningkatkan tanggung jawab sosial adalah dengan cara mengungkapkan laporan-laporan yang dibutuhkan oleh pengambil keputusan pada laporan keuangan perusahaan.

CSR dalam perspektif Islam menurut AAOIFI yaitu segala kegiatan yang dilakukan institusi finansial Islam untuk memenuhi kepentingan religius, ekonomi, hukum, etika, dan *discretionary responsibilities* sebagai lembaga finansial intermediari baik itu bagi individu maupun bagi institusi. Tanggung jawab religius mengacu kepada kewajiban menyeluruh bagi institusi finansial Islam untuk mematuhi hukum Islam pada seluruh kegiatannya. Tanggung jawab ekonomi mengacu kepada kewajiban bank syariah untuk mematuhi kelayakan ekonomi secara efisien dan menguntungkan. Kewajiban hukum mengacu

kepada institusi finansial Islam untuk mematuhi hukum dan peraturan di negara tempat beroperasinya institusi tersebut. Tanggung jawab etika yang dimaksud dalam AAOIFI yaitu menghormati masyarakat, norma agama dan kebiasaan yang tidak diatur dalam hukum. Sedangkan *discretionary responsibilities* mengacu kepada ekspektasi yang diharapkan oleh pemegang saham bahwa institusi finansial Islam akan melaksanakan peran sosialnya dalam mengimplementasikan cita-cita Islam.

Haniffa (2002) membuat lima indeks ISR, yaitu Tema Pendanaan dan Investasi, Tema Produk dan Jasa, Tema Karyawan, Tema masyarakat, dan Tema Lingkungan hidup. Kemudian dikembangkan oleh Othman et al (2009) dengan menambahkan satu tema pengungkapan yaitu tema Tata Kelola Perusahaan. Setiap tema pengungkapan memiliki sub-tema sebagai indikator pengungkapan tema tersebut. Berikut enam tema pengungkapan dalam indeks ISR:

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

Informasi yang akan diungkapkan adalah sumber pembiayaan dan investasi yang bebas bunga (riba) dan spekulatif (gharar) karena ini adalah sangat terlarang (haram) dalam Islam (Cahya dan Hanifah, 2016). Sebagaimana disebutkan pada QS. Al Baqarah ayat 278-279 yang artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertawakal kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. 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”.

2. Produk dan Jasa (*Products & Services*)

Konsep ini merupakan tanggung jawab perusahaan untuk mengungkapkan semua produk atau jasa yang jatuh kedalam kategori haram (dilarang) seperti minuman keras, babi, transaksi senjata,

perjudian, dan hiburan. Muslim benar-benar peduli dengan status halal dari produk atau jasa (Cahya dan Hanifah, 2016). Hal ini didukung oleh hadist berikut: “Sesungguhnya Allah dan Rasul-Nya mengharamkan jual beli khamar, bangkai, babi dan patung”. (HR. Bukhari dan Muslim)

3. Karyawan (*Employes*)

Dalam *Islamic Social Reporting* segala sesuatu yang berkaitan dengan karyawan berawal dari konsep etika amanah dan adil. Karyawan harus diperlakukan secara seadil-adilnya dan dibiayai secara wajar. Pemberi kerja juga harus memenuhi kewajibannya terhadap karyawannya dalam hal kebutuhan spiritual. Masyarakat Islam perlu tahu jika perusahaan ditangani secara adil dengan karyawan melalui informasi seperti upah, sifat pekerjaan, jam kerja per hari, cuti tahunan, 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 (Cahya dan Hanifah, 2016).

4. Masyarakat (*Community Involvement*)

Kebutuhan umat atau masyarakat luas dapat dicapai melalui sodaqah (amal), wakaf (*trust*) dan Qardulhassan (pinjaman tanpa profit). Perusahaan-perusahaan harus mengungkapkan perannya dalam meningkatkan pembangunan ekonomi dan mengatasi masalah sosial seperti beasiswa, perumahan dan lain-lain dari masyarakat dimana mereka beroperasi (Cahya dan Hanifah, 2016). Seperti yang tercantum dalam QS. Al Baqarah ayat 271 yang artinya:

“Jika kamu menampakkan sedekah(mu), maka itu adalah baik sekali. Dan jika kamu menyembunyikannya dan kamu berikan kepada orang-orang fakir, maka menyembunyikan itu lebih baik bagimu, dan Allah akan menghapuskan dari kamu sebagian kesalahan-kesalahanmu, dan Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan”.

5. Lingkungan Hidup (*Environment*)

Islam mengajarkan kepada seluruh umat agar dapat menjaga, memelihara dan melestarikan bumi beserta isinya. Dengan kata lain perusahaan tidak seharusnya terlibat dalam aktivitas-aktivitas yang merusak serta membahayakan lingkungan sekitar. Konsep yang mendasari tema ini adalah mizan, i'tidal, khilafah dan akhirah.

Dalam buku Othman tahun 2010 halaman 138 yang terdapat dalam jurnal Cahya dan Hanifah (2016) perusahaan tidak seharusnya terlibat dalam setiap jenis kegiatan yang mungkin menghancurkan atau merusak lingkungan. Dengan demikian, informasi yang terkait dengan penggunaan sumber daya dan program yang dilakukan untuk melindungi lingkungan harus diungkapkan.

6. Tata Kelola Perusahaan (*Corporate Governance*)

Tata kelola perusahaan dalam sistem ekonomi Islam memiliki cakupan yang lebih luas dibandingkan dengan tata kelola perusahaan dalam sistem ekonomi konvensional (Raditya, 2012). Tata kelola perusahaan merupakan suatu sistem hak, proses dan kontrol secara keseluruhan yang ditetapkan secara internal dan eksternal atas manajemen sebuah entitas bisnis dengan tujuan untuk melindungi kepentingan-kepentingan *stakeholders*. Prinsip dalam konsep *corporate governance* perusahaan harus mengungkapkan semua kegiatan yang dilarang seperti praktik monopoli, penimbunan barang yang diperlukan, memanipulasi harga, permainan dan segala jenis kegiatan yang melanggar hukum (Cahya dan Hanifah, 2016).

2.3 Hubungan antara Variabel Penelitian

2.3.1. Dewan Pengawas Syariah terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Dewan Pengawas Syariah memiliki peranan penting bagi perkembangan perbankan syariah. Fungsi utama dewan pengawas syariah

yaitu mengarahkan, meninjau dan mengawasi kegiatan bank syariah serta harus memastikan bahwa bank syariah telah berjalan sesuai dengan hukum islam. Wewenang yang dimiliki dewan pengawas syariah tersebut diyakini dapat meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial perbankan syariah (Taufiq dkk, 2015).

Dewan pengawas syariah yang menjabat pada beberapa lembaga keuangan syariah dapat meningkatkan pengungkapan informasi karena dapat melakukan perbandingan pada beberapa pelaporan sehingga dapat mengetahui manakah pelaporan yang baik (Abdullah, 2011). Dengan demikian, dalam penelitian ini diajukan hipotesis:

H1: Ukuran Dewan Pengawas Syariah berpengaruh positif terhadap *Islamic Social Reporting*.

2.3.2. Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Semakin besar ukuran perusahaan biasanya informasi yang tersedia untuk investor dalam pengambilan keputusan terkait dengan investasi dalam perusahaan tersebut semakin banyak. Penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa tingkat pengungkapan perusahaan akan semakin meningkat seiring dengan semakin besarnya ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan tidak hanya berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan sukarela tetapi juga terhadap tingkat pengungkapan wajib (Ayu, 2010).

Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat. Selain itu, perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* terhadap informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Banyaknya pemegang saham menandakan jika perusahaan tersebut memerlukan lebih banyak pengungkapan karena adanya tuntutan dari para pemegang saham dan para analis pasar modal. Perusahaan yang lebih besar mungkin akan memiliki pemegang saham

yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dalam laporan tahunan, yang merupakan media untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial keuangan perusahaan (Aini dkk, 2017).H2: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR).

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

2.3.3. Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Perusahaan yang memiliki tingkat profit lebih tinggi akan menarik para investor, sehingga upaya perusahaan untuk memberikan informasi yang lebih baik kepada masyarakat serta calon investornya, yaitu dengan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosialnya, sehingga semakin tinggi profitabilitas maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Widiawati, 2012).

Menurut Munawir (2014:33) Perusahaan yang berada pada posisi menguntungkan akan cenderung melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas dalam laporan tahunannya. Sebaliknya, jika profit perusahaan menurun maka manajer akan cenderung mengurangi informasi yang diungkapkan dengan tujuan untuk menyembunyikan alasan-alasan mengapa profit perusahaan mengalami penurunan.

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

2.3.4. Leverage terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Dari hasil pengukuran, apabila rasionya tinggi, artinya pendanaan dengan utang semakin banyak, maka semakin sulit bagi perusahaan untuk memperoleh tambahan pinjaman karena dikhawatirkan perusahaan tidak mampu menutupi utang-utangnya dengan aktiva yang dimilikinya. Demikian pula apabila rasionya rendah, semakin kecil perusahaan dibiayai dengan utang (Kasmir, 2015: 156).

Perusahaan dengan *leverage* yang tinggi, akan cenderung lebih rendah dalam melakukan pengungkapan ISR. Hal ini dikarenakan perusahaan yang mempunyai *leverage* tinggi lebih mementingkan pembayaran utang perusahaan dibandingkan dengan melakukan kegiatan lingkungan maupun sosial yang dianggap sebagai beban perusahaan. Hasil penelitian Murtadlo dan Nuraeni (2019) menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif signifikan antara *leverage* (DER) dengan pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Belkaoui dan Karpik yang menjelaskan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Menurutnya, keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Hal ini sesuai dengan teori keagenan dimana manajemen dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan sosialnya demi menghindari pemeriksaan dari kreditur.

Oleh sebab itu hipotesis keempat pada penelitian ini adalah :

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

2.4 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan teori dan hubungan antara variabel penelitian maka dapat dirumuskan hipotesis sementara untuk digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

H1 : Diduga variabel Dewan Pengawas Syariah (X1) berpengaruh positif terhadap *Islamic Social Reporting* (Y)

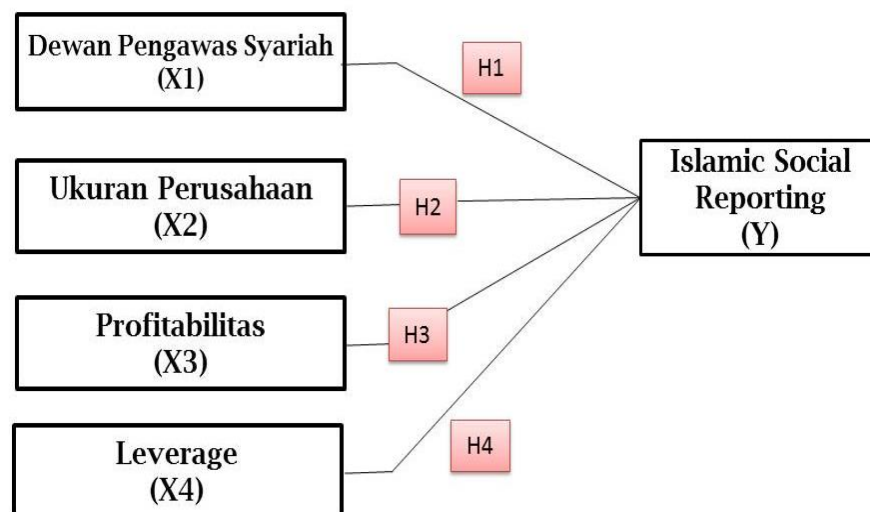
H2 : Diduga variabel Ukuran perusahaan (X2) berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (Y)

H3 : Diduga variabel Profitabilitas (X3) berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (Y)

H4 : Diduga variabel *Leverage* (X4) berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (Y)

2.5 Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan pada landasan teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka sebagai dasar perumusan hipotesis disajikan kerangka pemikiran yang dituangkan dalam model penelitian pada gambar berikut:



Gambar 2.1