

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Review Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya mengenai pengungkapan pertanggung jawaban sosial baik secara konvensional yang disebut dengan *Corporate Social Responsibility*, maupun berdasarkan prinsip-prinsip syariah (*Islamic Social Reporting*). Peneliti-peneliti tersebut telah meneliti berbagai macam faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial. Berikut ini adalah hasil penelitian dari para peneliti terdahulu.

Penelitian yang dilakukan oleh Othman *et. al.* (2009) yang mengembangkan *Islamic Social Reporting* menjadi enam tema yaitu Pendanaan dan Investasi, Produk dan Jasa, Karyawan, Masyarakat, Lingkungan, Tata Kelola Perusahaan. Penelitian ini untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *Islamic Social Reporting*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga faktor yang dipilih yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, dan ukuran dewan komisaris secara signifikan berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting*. Namun jenis industri bukan faktor penting terhadap *Islamic Social Reporting*.

Penelitian yang dilakukan oleh Sunarsih dan Ferdiansyah (2017) dengan judul *Determinants Of The Islamic Social Reporting Disclosure*. Penelitian ini menggunakan Bursa Efek Indonesia (BEI) sebagai perusahaan sampel. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perusahaan yang menerbitkan sukuk, size, dan profitabilitas terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Hasil ini menunjukkan bahwa hanya *size* yang berpengaruh terhadap pengungkapan ISR, sedangkan Penerbitan Sukuk dan Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR.

Penelitian yang dilakukan oleh Asyhari (2015) menggunakan Bank Umum Syariah di Indonesia sebagai perusahaan sampel, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh *Corporate Governance* terhadap pengungkapan

*Islamic Social Reporting*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris, komposisi dewan komisaris independen, frekuensi rapat dewan komisaris, ukuran komite audit, frekuensi rapat komite audit, ukuran dewan komisaris syariah, frekuensi rapat dewan komisaris syariah, kualitas auditor, dan profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Penelitian yang dilakukan oleh Widiawati (2012) menggunakan Daftar Efek Syariah (DES) sebagai perusahaan sampel, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industri dan jenis bank mempunyai pengaruh terhadap tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri (2014) bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi *Islamic Social Reporting* pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). Analisis data dilakukan dengan uji asumsi kalsik dan uji asumsi hipotesis dengan metode regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor ukuran perusahaan, tipe industri, dan surat berharga syariah berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting* di Indonesia. Sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *Islamic Sosial Reporting*.

Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) dalam meneliti tingkat pengungkapan CSR adalah ukuran perusahaan, profil dan ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, tetapi profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati (2016) yang bertujuan untuk mempelajari dan mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh ukuran dewan komisaris, independensi dewan komisaris, komite audit, profitabilitas, dan kinerja lingkungan terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR) di perusahaan yang termasuk dalam Daftar Efek Syariah selama tahun 2011-2015. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan kinerja lingkungan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Rreporting*,

sedangkan independensi dewan komisaris dan komite audit tidak mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Rreporting*.

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan hal yang penting bagi organisasi terhadap batasan-batasan berupa norma-norma dan nilai-nilai sosial serta reaksinya sehingga mendorong organisasi agar berperilaku dengan memperhatikan nilai-nilai sosial dilingkungan perusahaannya. Teori legitimasi mengandung pengertian bahwa aktivitas berupa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu usaha yang berkenan dengan tekanan dari lingkungan sekitar, misalnya tekanan politik, sosial, atau ekonomi (Kariza, 2014).

Untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat, perusahaan melakukan aktivitas pertanggung jawaban sosial. Dengan menerapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan dapat memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang. Menurut Maharani (2015) teori legitimasi perusahaan dianjurkan untuk memberikan atau mengungkapkan bahwa kinerja perusahaan dapat diterima oleh masyarakat dalam laporan tahunan mereka dengan mengungkapkan tanggung jawab terhadap lingkungan. Penerimaan dari masyarakat dapat memberikan nilai yang dapat meningkatkan kinerja serta laba pada perusahaan.

Berdasarkan pernyataan mengenai teori legitimasi di atas, suatu perusahaan melegitimasi keberadaannya dalam masyarakat jika operasi dan kegiatannya terlihat atau bertindak sesuai dengan batas-batas dan norma-norma dalam masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan mampu memberikan kesan tanggung jawab perusahaan melalui *Islamic Social Reporting* didalam laporan tahunan agar tidak ada kesenjangan antara kegiatan perusahaan dengan harapan masyarakat.

Teori legitimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang diimplikasikan antara institusi sosial dan masyarakat (Ahmad dan Sulaiman, 2004). Teori tersebut diperlukan oleh institusi-institusi untuk mencapai tujuan agar sejalan dengan masyarakat luas. Gray *et. al.*, 1995 (dalam Ahmad dan

Sulaiman, 2004) dasar pemikiran teori ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri.

### **2.2.2 Teori Stakeholder**

*Stakeholder* merupakan semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Pihak internal maupun eksternal *stakeholder* tersebut adalah pemegang saham, kreditur, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain. Batasan *stakeholder* mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya memperhatikan *stakeholdernya*, karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan (Retno dan Priantinah, 2012).

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya sekedar bertanggung jawab terhadap para pemilik sebagai mana terjadi selama ini, namun bergeser lebih luas yaitu sampai ada ranah sosial kemasyarakatan (*stakeholder*), selanjutnya disebut dengan tanggung jawab sosial. Menurut Harahap dalam Hadi (2011:93) fenomena seperti itu terjadi, karena adanya tuntutan dari adanya masyarakat akibat negatif ekstranarities yang timbul serta ketimpangan sosial yang terjadi. Untuk itu tanggung jawab perusahaan yang semula hanya diukur sebatas indikator ekonomi dalam laporan keuangan, ini harus bergeser dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial terhadap *stakeholder* baik internal maupun eksternal.

Putri (2014) menyebutkan bahwa yang dimaksud para pihak adalah setiap kelompok yang berada di dalam maupun di luar perusahaan yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan perusahaan. Dalam hal ini, *stakeholder* dapat dikategorikan sebagai berikut:

a. *Stakeholders* Internal dan *Stakeholders* Eksternal

*Stakeholders* internal adalah *stakeholders* yang berada di dalam lingkungan organisasi. Misalnya karyawan, manajer, dan pemegang saham

(shareholder), sedangkan *stakeholders* eksternal adalah *stakeholders* yang berada di luar lingkungan organisasi seperti penyalur atau pemasok, konsumen atau pelanggan, masyarakat, pemerintah, pers, dan sebagainya.

b. *Stakeholder* Primer, *Stakeholder* Sekunder dan *Stakeholder* Marjinal

Dalam hal ini *stakeholders* yang paling penting disebut *stakeholders* primer dan *stakeholders* yang kurang mampu disebut *stakeholders* sekunder, sedangkan yang biasa diabaikan disebut *stakeholders* marjinal. Urutan prioritas ini bagi setiap perusahaan berbeda-beda, meskipun produk atau jasanya sama dan bisa berubah-ubah dari waktu ke waktu.

c. *Stakeholder* Tradisional dan *Stakeholder* Masa Depan

*Stakeholder* tradisional dapat diartikan sebagai para pemangku kepentingan yang berhubungan dengan organisasi saat ini, meliputi karyawan dan konsumen. Sedangkan, *stakeholder* masa depan yaitu para pemangku kepentingan pada masa depan yang diperkirakan dapat memberikan pengaruhnya bagi organisasi seperti konsumen potensial dan peneliti.

d. *Proponents*, *Opponents*, dan *Uncommitted* (Pendukung, Penentang, dan yang Tidak Peduli)

Di antara *stakeholders* ada kelompok yang memihak organisasi (*proponents*), menentang organisasi (*opponents*) dan yang tidak peduli atau abai (*uncommitted*). Dalam hal ini, organisasi perlu untuk mengenal *stakeholders* yang berbeda-beda ini, agar dengan jernih dapat melihat permasalahan, menyusun rencana dan strategi untuk melakukan tindakan yang proporsional.

e. *Silent Majority* dan *Vocal Minority* (Pasif dan Aktif)

Dilihat dari aktivitas *stakeholders* dalam melakukan komplain atau mendukung perusahaan, tentu ada yang menyatakan penentangan atau dukungannya secara *vocal* (aktif) namun ada pula yang menyatakan secara *silent* (pasif).

## **2.3 Corporate Social Responsibility (CSR)**

### **2.3.1 Definisi Corporate Social Responsibility**

Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders* yang lebih tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004). Pelaporan CSR merupakan sumber informasi yang penting untuk pengambilan keputusan internal karena memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan di seluruh aspek tanggung jawab perusahaan. Pengungkapan CSR ini dapat digunakan untuk mengukur nilai dari hubungan jangka panjang dan aset (Vurro dan Perrini, 2011).

Menurut Hadi (2011: 48) CSR merupakan suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang disertai dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup bagi masyarakat sekitar dan masyarakat secara luas.

Menurut Amirullah (2015) perusahaan yang menerapkan CSR akan memperoleh dampak dari kegiatan atau program CSR yang dikembangkannya. Adapun manfaat dari tanggung jawab sosial perusahaan sebagai berikut:

1. Manfaat bagi perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan tentunya akan menimbulkan citra positif perusahaan di mata masyarakat dan pemerintah.
2. Manfaat bagi masyarakat, selain kepentingan masyarakat terakomodasi, hubungan masyarakat dengan perusahaan akan lebih erat dalam situasi *win-win solution*.
3. Manfaat bagi pemerintah, dalam hal ini pemerintah merasa memiliki *partner* dalam menjalankan misi sosial dari pemerintah dalam hal tanggung jawab sosial.

### **2.3.2 Pengungkapan Corporate Social Responsibility**

Menurut Suwardjono (2010) secara konseptual, pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam

bentuk seperangkat statement keuangan. Secara praktiknya, pengungkapan berdasarkan hubungannya dengan persyaratan terdiri dari dua macam, yaitu:

1. Pengungkapan Wajib (*Mandatory Disclosure*)

Pengungkapan wajib yaitu pengungkapan yang diisyaratkan oleh standar akuntansi yang berlaku dan oleh Badan Pengawas Pasar Modal yang berwenang di negara yang bersangkutan. Jika perusahaan tidak bersedia untuk mengungkapkan informasi secara sukarela, pengungkapan wajib akan memaksa perusahaan untuk mengungkapkannya

2. Pengungkapan Sukarela (*Voluntary Disclosure*)

Pengungkapan sukarela yaitu pengungkapan yang dilakukan perusahaan di luar apa yang diwajibkan oleh standar akuntansi atau peraturan badan pengawas.

Pemerintah Indonesia turut mendukung praktik CSR melalui Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 pasal 66 ayat 2 huruf c menyebutkan bahwa salah satu isi dari laporan tahunan wajib memuat laporan pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 pasal 74 ayat 1 menyebutkan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Selanjutnya Undang-Undang Nomor 74 ayat 3 menyebutkan juga bahwa perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Selain dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal pasal 15 huruf b menyatakan bahwa setiap penanaman modal berkewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### **2.4 Islamic Social Reporting**

Islamic Social Reporting merupakan kerangka khusus yang tidak hanya berguna bagi para pembuat keputusan Muslim, tetapi juga berguna untuk perusahaan Islam dalam memenuhi pertanggungjawabannya terhadap Allah SWT

dan masyarakat. Kerangka ISR menggunakan prinsip syariah sebagai landasan dasarnya. Prinsip syariah dalam ISR tidak hanya menghasilkan aspek material dan moral, melainkan juga menghasilkan aspek spiritual yang menjadi fokus utama dari *social reporting* yang meliputi harapan masyarakat tidak hanya mengenai peran perusahaan dalam perekonomian, namun juga peran perusahaan dalam perspektif spiritual (Kurniawati: 2016).

Konsep tanggung jawab sosial dalam perspektif Islam menjadikan pengungkapan atau pelaporan sosial pun juga bersifat syariah. Pelaporan tanggung jawab sosial yang masih belum memiliki standar baku sehingga pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan yang berprinsip syariah masih belum seragam (Fitria dan Hartanti, 2010: 11). Standar yang dikeluarkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*) tidak dapat dijadikan sebagai suatu standar pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah. Hal ini dikarenakan pada standar pengungkapan tersebut tidak menyebutkan keseluruhan item-item terkait CSR pada suatu perusahaan.

Haniffa (2002) *Islamic Social Reporting* adalah perluasan dari pelaporan sosial yang meliputi harapan masyarakat yang tidak hanya mengenai peran perusahaan dalam perekonomian, tetapi juga peran perusahaan dalam perspektif spiritual bagi para muslim yang merupakan pengguna laporan tersebut. Tujuan dari *Islamic Social Reporting* adalah untuk menunjukkan akuntabilitas kepada Allah SWT dan masyarakat serta untuk meningkatkan transparansi dari aktivitas bisnis dengan menyediakan informasi yang relevan sesuai dengan kebutuhan para pembuat keputusan (Khairudin, 2016).

Haniffa (2002) mengembangkan *Islamic Social Reporting* berdasarkan lima tema yaitu Pendanaan dan Investasi, Produk, Karyawan, Masyarakat, dan lingkungan. Sedangkan Othman *et. al.* (2009) mengembangkan *Islamic Social Reporting* menjadi enam tema yaitu Pendanaan dan Investasi, Produk dan Jasa, Karyawan, Masyarakat, Lingkungan, dan Tata Kelola Perusahaan. Berikut ini adalah enam tema pengungkapan yang digunakan dalam kerangka *Islamic Social Reporting* pada penelitian ini:



## 1. Pendanaan dan Investasi

Item yang diungkapkan dalam tema pendanaan dan investasi antara lain *inferest-free* (riba) dan *speculative-free* (gharar) yang sangat dilarang dalam Islam. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah ayat 278-279, kegiatan yang mengandung riba dan *gharar* dilarang (haram) dalam Islam.

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka bagimu pokok hartamu. Kamu tidak menganiaya dan tidak perlu dianiaya”.

Riba adalah pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil, baik dalam hutang-piutang maupun jual beli (P3EI, 2014: 70). Sedangkan *gharar* merupakan ketidakpastian yang terjadi akibat *incomplete information* yakni dalam kuantitas, kualitas harga, waktu penyerahan, dan akad (Nurhayati dan Wasilah, 2015: 66).

Zakat adalah aktivitas memberikan harta tertentu yang diwajibkan Allah SWT dalam jumlah dan perhitungan tertentu diserahkan kepada orang-orang yang berhak menerimanya (Nurhayati dan Wasilah, 2015: 282). Pembayaran zakat terdapat dalam QS. Al-Baqarah ayat 43 berikut:

“Dan laksanakanlah shalat, tunaikanlah zakat dan rukuklah beserta orang yang rukuk”.

Pengungkapan selanjutnya mengenai kebijakan penghapusan piutang perusahaan. Hutang-piutang dalam Islam diperbolehkan, namun tanpa adanya syarat tambahan dalam pengembaliannya. Jika dalam hutang-piutang tersebut terdapat kendala seperti salah satu pihak tidak dapat membayar hutang tersebut, maka baiknya diberi penangguhan piutang.

Aspek lainnya yaitu nilai tambah perusahaan. Nilai tambah perusahaan adalah suatu usulan pengganti laporan laba rugi atau sebagai laporan tambahan atas laporan posisi keuangan dan laporan laba rugi (Nurhayati dan Wasilah, 2015: 122). Pernyataan ini mempertimbangkan bahwa dibandingkan kinerja operasional (laba bersih) unsur terpenting dalam akuntansi syariah adalah kinerja dari sisi pandang para *stakeholder* dan nilai sosial yang dapat didistribusikan secara adil kepada kelompok

yang terlibat dengan perusahaan dalam menghasilkan nilai tambah. Selain itu, laporan nilai tambah dianggap lebih sesuai dengan aktivitas ekonomi Islam yang adil dan beretika serta sejalan dengan tujuan akuntabilitas dan akuntansi syariah.

Berdasarkan item pengungkapan yang termasuk dalam tema pendanaan dan investasi dapat dilihat pada lampiran 1.

## 2. Produk dan Jasa (*Products and Services*)

Item pengungkapan yang termasuk dalam tema produk dan jasa adalah pengungkapan atas pertanggung jawaban atas produk yang diperjualbelikan. Othman *et. al.* (2009) menyatakan bahwa semua produk dan jasa yang ditawarkan bebas dari kategori haram seperti alkohol, babi, senjata, judi, dan hiburan. Berikut ini firman Allah SWT dalam Al-Qur'an mengenai barang dan jasa yang diharamkan:

“Sesungguhnya Dia hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah. Tetapi barang siapa terpaksa memakannya, bukan karena menginginkannya dan tidak pula melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sungguh, Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang”. (QS. Al-Baqarah ayat 173).

“Wahai orang-orang yang beriman! Sesungguhnya minuman keras, berjudi, berkurban untuk berhala, dan mengundi nasib dengan anak panah, adalah perbuatan keji dan termasuk perbuatan setan. Maka jauhilah (perbuatan-perbuatan) itu agar kamu beruntung”. (QS Al-Baqarah ayat 90).

Item lainnya adalah pengungkapan mengenai penjelasan produk, keamanan dan kualitas produk serta produk yang ramah lingkungan. Allah SWT menciptakan alam supaya manusia agar dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sehingga manusia seharusnya jangan merusak alam, baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Salah satu bentuk perusakan alam tersebut dapat berupa pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh limbah produk, baik limbah yang berasal dari bahan pembuatan produk atau kemasan produk. Oleh karena itu, perusahaan hendaknya memberikan penjelasan mengenai produknya dan menciptakan produk ramah lingkungan atau tidak memberikan dampak negatif pada lingkungan tersebut.

Berdasarkan item pengungkapan yang termasuk dalam tema produk dan jasa dapat dilihat pada lampiran 1.

### 3. Karyawan (*Employees*)

Informasi pengungkapan mengenai tema karyawan adalah pengungkapan perlakuan perusahaan terhadap karyawannya. Haniffa (2002) juga Othman dan Thani (2010) menjelaskan bahwa masyarakat Islam ingin mengetahui apakah perusahaan berlaku adil dan wajar terhadap karyawannya melalui informasi-informasi yang diungkapkan oleh perusahaan. Selain itu, pemberi kerja juga harus memenuhi kewajiban terhadap karyawan terkait dengan masalah spiritual, yang ditunjukkan dengan tidak memaksakan karyawannya dalam bekerja tanpa mengenal waktu, sehingga melewati kesempatan karyawan untuk beribadah (Haniffa 2002).

Informasi yang diungkapkan mengenai karyawan menurut Haniffa (2002) juga Othman *et. al.* (2009) antara lain upah atau gaji atau remunerasi, jam kerja per hari, hari libur, tunjangan, kesehatan dan keselamatan kerja, pendidikan dan pelatihan karyawan. Othman *et. al.* (2009) menambahkan kesetaraan hak (antara pria dan wanita), lingkungan kerja, keterlibatan karyawan dalam berdiskusi manajemen, karyawan dari kelompok khusus (seperti cacat fisik, mantan narapidana, dan mantan pecandu narkoba), karyawan tingkat atas melaksanakan ibadah bersama dengan karyawan tingkat menengah dan tingkat bawah, karyawan Muslim diperbolehkan menjalankan ibadah pada waktu-waktu shalat dan berpuasa saat Ramadhan, dan tempat ibadah yang memadai. Berdasarkan item pengungkapan yang termasuk dalam tema karyawan dapat dilihat pada lampiran 1.

### 4. Masyarakat (*Communities*)

Item yang termasuk dalam tema masyarakat adalah memberikan pengungkapan mengenai tindakan apa saja yang perusahaan berikan untuk masyarakat. Haniffa (2002) memaparkan bahwa konsep dasar yang mendasari tema ini adalah *ummah* (masyarakat), *amanah* (dapat dipercaya)

dan *adl* (adil). Konsep tersebut menekankan pada pentingnya saling berbagi dan meringankan beban orang lain di masyarakat dan hal tersebut dapat terwujud melalui *shadaqah* (kegiatan sosial), wakaf (kepercayaan) dan *qardhul hassan* (memberikan pinjaman tanpa keuntungan). Sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS Al-Imran ayat 92 sebagai berikut:

“Kamu sekali-kali tidak sampai kebabakan (yang sempurna), sebelum kamu menafkahkan sebagian harta yang kamu cintai. Dan apa saja yang kamu nafkahkan, maka sesungguhnya Allah mengetahuinya”.

*Shadaqah* adalah segala bentuk nilai kebijakan yang tidak terkait oleh jumlah, waktu dan materi sehingga dapat dilakukan dalam bentuk non materi (Nurhayati dan Wasilah, 2015: 283). Wakaf adalah menahan suatu benda yang menurut hukum, tetap milik si *wakif*/pewakaf dan mempergunakan manfaatnya untuk kebijakan (Nurhayati dan Wasilah, 2015: 183). Sedangkan *qardhul hassan* adalah suatu pinjaman yang diberikan atas dasar kewajiban sosial, di mana pihak peminjam tidak diharuskan untuk mengembalikan apapun kecuali pinjaman pokoknya saja (Nurhayati dan Wasilah, 2015: 263).

Item lain yang dapat perusahaan lakukan untuk membantu masyarakat sekitarnya, seperti kegiatan amal dan sosial dari perusahaan (bantuan bencana alam, donor darah, sunatan massal, pembangunan masjid), kegiatan sukarela dari karyawan, pemberian beasiswa sekolah atau bantuan pendidikan, pemberdayaan kerja para lulusan sekolah/kuliah (magang atau praktik kerja lapangan), peningkatan kualitas hidup masyarakat, kepedulian terhadap anak-anak, ataupun memberikan sponsor atas kegiatan-kegiatan yang diadakan seperti kesehatan, hiburan, olahraga, budaya, pendidikan, dan keagamaan.

Berdasarkan item pengungkapan yang termasuk dalam tema karyawan dapat dilihat pada lampiran 1.

##### 5. Lingkungan (*Environments*)

Item ini memberikan pengungkapan pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan. Islam mengajarkan kepada para umatnya untuk selalu menjaga, memelihara dan melestarikan lingkungan. Perusahaan tidak

seharusnya terlibat dalam setiap jenis kegiatan yang mungkin merusak dan membahayakan lingkungan hidup (Othman *et.al.* 2009).

Haniffa (2002) menegaskan bahwa penting bagi seluruh makhluk hidup untuk melindungi lingkungan di sekitarnya. Konsep yang mendasari tema lingkungan hidup ini adalah konsep *mizan* (keseimbangan), *i'tidal*, *khilafah*, dan *akhirah*. Konsep-konsep tersebut menekankan pada prinsip keseimbangan, kesederhanaan, dan tanggung jawab untuk menjaga lingkungan hidup. Oleh karena itu, informasi-informasi yang berhubungan dengan penggunaan sumber daya dan program-program yang digunakan untuk melindungi lingkungan harus diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan (Othman *et. al.* 2009).

Berdasarkan item pengungkapan yang termasuk dalam tema lingkungan dapat dilihat pada lampiran 1.

#### 6. Tata Kelola Perusahaan (*Corporate Governance*)

Perusahaan harus mengungkapkan mengenai status kepatuhan terhadap syariah, struktur kepemilikan saham, profil dan kinerja dewan komisaris dan direksi, penanganan benturan kepentingan, etika dan budaya perusahaan, serta perkara hukum dalam laporannya.

Othman *et. al.* (2009) seluruh aktivitas yang dilarang juga harus diungkapkan seperti praktik monopoli, penimbunan barang yang dibutuhkan, memanipulasi harga, praktik kecurangan bisnis, perjudian, serta segala jenis kegiatan yang melanggar hukum lainnya.

Praktik monopoli biasanya dilakukan dengan membuat *entry barrier*, untuk menghambat produsen atau penjual masuk ke pasar agar ia menjadi pemain tunggal di pasar dan dapat menghasilkan keuntungan yang tinggi (Nurhayati dan Wasilah, 2015: 67). Penimbunan barang adalah aktivitas membeli sesuatu yang dibutuhkan masyarakat, kemudian menyimpannya, sehingga barang tersebut berkurang di pasaran dan mengakibatkan peningkatan harga (Nurhayati dan Wasilah, 2015: 66). Sedangkan aktivitas manipulasi harga biasanya dilakukan dengan merekayasa permintaan, di mana salah satu pihak berpura-pura mengajukan penawaran dengan harga

yang tinggi, agar calon pembeli tertarik dan membeli barang tersebut dengan harga yang tinggi (Nurhayati dan Wasilah, 2015: 68).

Item lainnya adalah pengungkapan kebijakan anti pencucian uang dan kebijakan anti korupsi. Pencucian uang adalah upaya perbuatan untuk menyembunyikan atau menyamarkan asal usul uang/dana atau harta kekayaan hasil tindak pidana melalui transaksi keuangan agar uang atau harta tersebut tampak seolah-olah berasal dari kegiatan yang sah/legal (Nurhayati dan Wasilah, 2015: 67). Dewi (2002) menyebutkan bahwa korupsi dapat diartikan sebagai tindakan penyalahgunaan jabatan yang digunakan untuk mengambil harta atau hak milik orang lain. Korupsi adalah tindakan yang dilarang oleh Allah SWT karena dapat merugikan banyak orang. Adapun pelarangan korupsi terdapat dalam QS. Al-Baqarah ayat 188 sebagai berikut :

“Dan janganlah sebagian dari kamu memakan harta sebagian yang lain secara batil, dan janganlah pula membawa urusan harta itu kepada hakim supaya kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, sedangkan kamu mengetahui”.

Berdasarkan item pengungkapan yang termasuk dalam tema tata kelola dapat dilihat pada lampiran 1.

## **2.5 Daftar Efek Syariah**

Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal, Pasar Modal adalah kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek. Pasar modal berperan penting dalam pembangunan nasional sebagai salah satu sumber pembiayaan bagi dunia usaha dan wadah investasi bagi masyarakat. Pasar modal lebih dikenal dengan sebutan Bursa Efek yang merupakan sistem terorganisasi yang mempertemukan penjual dan pembeli yang dilakukan secara langsung atau melalui wakilnya (Siamat, 2004).

Kini perkembangan pasar modal tidak hanya terjadi pada pasar modal konvensional, melainkan juga terjadi pada pasar modal syariah. Terminologi pasar modal syariah diartikan oleh Bapepam-LK (saat ini disebut Otoritas Jasa

Keuangan – OJK) sebagai kegiatan dalam pasar modal sebagaimana diatur dalam UU Pasar Modal yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Penerapan prinsip dasar syariah di pasar modal bersumber dari Al-Quran dan Hadist. Kegiatan di pasar modal syariah dapat dikategorikan sebagai kegiatan ekonomi yang berbentuk *muamalah*. Menurut kaidah fikih yang terdapat dalam Fatwa DSN No: 40/DSN-MUI/X/2003, hukum *muamalah* adalah *mubah* (boleh) kecuali ada dalil yang melarangnya. Kaidah fikih tersebut berbunyi “Pada dasarnya semua bentuk *muamalah* boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.” Menurut Otoritas Jasa Keuangan konsep inilah yang menjadi prinsip dasar pasar modal syariah di Indonesia.

Sejarah pasar modal syariah di Indonesia dimulai sejak diterbitkannya Reksa Dana Syariah oleh PT. Danareksa Investment Management pada 3 Juli 1997. Pada 3 Juli 2000, Bursa Efek Indonesia (BEI) bekerja sama dengan PT. Danareksa Investment Management dalam meluncurkan *Jakarta Islamic Index* dengan tujuan untuk memandu investor yang ingin menginvestasikan dananya secara syariah.

Pasar modal syariah merupakan tempat di mana efek syariah diperdagangkan. Efek-efek tersebut diatur dalam Peraturan Bapepam-LK (OJK) Nomor IX.A.13 tentang Penerbitan Efek Syariah dan Nomor IX.A.14 tentang Akad-akad yang digunakan dalam Penerbitan Efek Syariah di Pasar Modal. Selanjutnya, pada tanggal 31 Agustus 2007 Bapepam-LK (OJK) menerbitkan Peraturan Bapepam dan LK Nomor II.K.1 tentang Kriteria dan Penerbitan Daftar Efek Syariah dan diikuti dengan peluncuran Daftar Efek Syariah pertama kali oleh Bapepam-LK (OJK) pada tanggal 12 September 2007. Berikut efek yang dapat dimuat dalam Daftar Efek Syariah berdasarkan Peraturan Bapepam-LK (OJK) Nomor II.K.I mengenai Kriteria dan Penerbitan Daftar Efek Syariah:

1. Surat berharga syariah yang diterbitkan oleh Negara Republik Indonesia.
2. Efek yang diterbitkan oleh emiten atau perusahaan publik yang menyatakan bahwa kegiatan usaha serta cara pengelolaan usahanya dilakukan berdasarkan prinsip syariah sebagaimana tertuang dalam anggaran dasar.
3. Sukuk yang diterbitkan oleh emiten termasuk obligasi syariah yang telah diterbitkan sebelum ditetapkan peraturan ini.

4. Saham reksa dana syariah.
5. Unit penyertaan kontrak investasi kolektif reksa dana syariah.
6. Efek beragun aset syariah.
7. Efek berupa saham, termasuk Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) syariah dan waran syariah, yang diterbitkan oleh emiten atau perusahaan publik yang tidak menyatakan bahwa kegiatan usaha serta cara pengelolaan usahanya dilakukan berdasarkan prinsip syariah, sepanjang emiten atau perusahaan publik tersebut:
  - a. Tidak melakukan kegiatan usaha sebagaimana dimaksud dalam angka 1 huruf b Peraturan Bapepam-LK nomor IX.A.13.
  - b. Memenuhi rasio-rasio keuangan sebagai berikut:
    - 1) Total utang yang berbasis bunga dibandingkan dengan total asset tidak dari 45% (empat puluh lima per seratus).
    - 2) Total pendapatan bunga dan pendapatan tidak halal lainnya dibandingkan dengan total pendapatan usaha (*revenue*) dan pendapatan lain-lain tidak lebih dari 10% (sepuluh per seratus).
8. Efek syariah yang memenuhi prinsip-prinsip syariah di pasar modal yang diterbitkan oleh lembaga internasional di mana pemerintah Indonesia menjadi salah satu anggotanya, dan
9. Efek syariah lainnya.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa Daftar Efek Syariah adalah kumpulan efek yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah di pasar modal yang ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan. Daftar Efek Syariah (DES) tersebut merupakan panduan investasi bagi Reksa Dana Syariah dalam menempatkan dana kelolaannya serta juga dapat dipergunakan oleh investor yang mempunyai keinginan untuk berinvestasi pada portofolio Efek Syariah. DES yang diterbitkan Otoritas Jasa Keuangan dapat dikategorikan menjadi 2 jenis yaitu:



### 1. DES Periodik

DES Periodik merupakan DES yang diterbitkan secara berkala yaitu pada akhir Mei dan November setiap tahunnya. DES Periodik pertama kali diterbitkan Otoritas Jasa Keuangan tahun 2007.

### 2. DES Insidentil

DES Insidentil merupakan DES yang diterbitkan secara berkala. DES Insidentil diterbitkan antara lain yaitu:

- a. penetapan saham yang memenuhi kriteria efek syariah bersamaan dengan efektifnya pernyataan pendaftaran Emitrn yang melakukan penawaran umum perdana atau pernyataan pendaftaran Perusahaan Publik.
- b. Penetapan saham Emiten dan atau Perusahaan Publik yang memenuhi kriteria efek syariah berdasarkan laporan keuangan berkala yang disampaikan kepada Bapepam-LK setelah Surat Keputusan DES secara periodik ditetapkan. Selain itu, Penerbitan efek-efek dapat dilakukan dengan beberapa akad sesuai dengan Peraturan Bapepam-LK Nomor IX.A.14, antara lain akad ijarah, akad kafalah, akad mudharabah (qiradh), dan akad wakalah. Akad-akad inilah yang lazim digunakan dalam penerbitan efek syariah yang tergabung dalam Daftar Efek Syariah.

## 2.6 *Leverage*

Menurut Kasmir (2012:110), leverage merupakan perbandingan antara kewajiban dengan aset, *Leverage* mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh hutang. *Leverage* berkaitan dengan bagaimana perusahaan didanai. *Leverage* mencerminkan rasio keuangan perusahaan karena dapat menggambarkan struktur modal perusahaan dan mengetahui resiko tak tertagihnya suatu utang. Semakin tinggi *leverage* suatu perusahaan, maka perusahaan memiliki resiko keuangan yang tinggi sehingga menjadi sorotan dari para *debtholders*. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung ingin melaporkan laba lebih tinggi agar dapat mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang.

*Leverage* dapat dibagi menjadi 2 macam yaitu *operating leverage* dan *financial leverage*. *Operating leverage* merupakan penggunaan aktiva dengan biaya tetap dengan harapan bahwa revenue yang dihasilkan oleh penggunaan aktiva akan cukup untuk menutupi biaya tetap dan biaya variable dan *financial leverage* merupakan penggunaan dana dengan keberadaan biaya pendanaan tetap yang digunakan dengan harapan dapat meningkatkan pengembalian pada para pemegang saham biasa (Horne dan Wachowicz, 2007:182).

Kariza (2014) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* (rasio utang/ekuitas) semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan melaporkan laba sekarang lebih tinggi. Perusahaan akan mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial. Dikaitkan dengan teori agensi, perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi yang memiliki biaya keagenan tinggi sehingga perusahaan akan mengurangi biaya yang berkaitan dengan CSR.

Tingkat *leverage* merupakan kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan semua kewajibannya kepada pihak lain. Perusahaan yang mempunyai *leverage* tinggi mempunyai kewajiban yang lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi krediturnya termasuk pengungkapan tanggung jawab sosial. Semakin tinggi tingkat *leverage* semakin besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit (Santioso dan Chandra, 2012).

## **2.7 Tipe Industri**

Tipe industri adalah karakteristik perusahaan yang berkaitan dengan bidang usaha, risiko usaha, karyawan yang dimiliki dan lingkungan perusahaan. Tipe industri merupakan faktor potensial yang mempengaruhi praktik pengungkapan sosial perusahaan (Adawiyah, 2013). Tipe industri yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu industri yang *high-profile* dan *low-profile*. Pengklasifikasian perusahaan berdasarkan pengklasifikasian tipe industri menurut Roberts (1992). Perusahaan yang termasuk dalam industri *high-profile* antara lain perusahaan perminyakan, pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, energi (listrik), engineering, agrobisnis, media dan komunikasi, kesehatan, dan transportasi. Sedangkan perusahaan yang termasuk

dalam tipe *low-profile* antara lain perusahaan yang bergerak dibidang bangunan, makanan dan minuman, supplier peralatan medis, properti, retailer, tekstil dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga.

Menurut (Utomo 2000 dalam Purwanto, 2011) para peneliti akuntansi sosial tertarik untuk menguji pengungkapan sosial pada berbagai perusahaan yang memiliki perbedaan karakteristik. Salah satu perbedaan karakteristik yang menjadi perhatian adalah tipe industri, yaitu industri yang *high profile* dan *low profile*. Perusahaan yang termasuk dalam tipe industri *high profile* merupakan perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas tinggi terhadap lingkungan, tingkat risiko politik yang tinggi, atau tingkat kompetisi yang kuat (Robert, 1992 dalam Purwanto, 2011).

Selain itu, perusahaan yang termasuk kategori *high profile* umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasi perusahaan memiliki potensi dan kemungkinan berhubungan dengan kepentingan masyarakat luas. Industri *high profile* diyakini melakukan pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang lebih banyak daripada industri yang *low profile*. Adapun perusahaan yang tergolong dalam industri *high profile* pada umumnya memiliki karakteristik seperti memiliki jumlah tenaga kerja yang besar dan dalam proses produksinya mengeluarkan residu, seperti limbah dan polusi Zuhroh dan Sukmawati (2003) dalam Purwanto (2011).

## **2.8 Ukuran Komite Audit**

Komite audit menurut IAI (2015 : 144) adalah komite audit yang dibentuk oleh dewan komisaris untuk membantu dewan komisaris dalam menjalankan fungsi pengawasan terhadap kinerja direksi dan tim manajemen sesuai dengan prinsip *Good Corporate Governance*.

Ukuran Komite Audit diukur dengan menghitung jumlah anggota Komite Audit dalam suatu perusahaan yang terdapat dalam laporan *Good Corporate Governance* perusahaan. Komite Nasional Kebijakan Governance (2006) menyatakan dalam melaksanakan tugasnya, dewan komisaris dapat membentuk komite. Usulan dari komite disampaikan kepada dewan komisaris untuk memperoleh keputusan.

Menurut Gestari (2014) ukuran komite audit yang lebih besar diharapkan dapat menjaga kinerja perusahaan yang lebih baik. Hal ini dikarenakan semakin besar ukuran komite audit, maka peran komite audit dalam mengendalikan dan memantau manajemen puncak akan semakin efektif. Semakin besar ukuran komite audit maka kinerja perusahaan akan semakin bagus dan pengungkapan kinerja sosial (tanggung jawab sosial) perusahaan semakin luas.

Komite Audit memiliki peran dan tanggung jawab dalam memonitor dan mengawasi audit laporan keuangan dan memastikan agar standar dan kebijaksanaan keuangan yang berlaku terpenuhi, memeriksa kembali laporan keuangan apakah sudah sesuai dengan standar yang diterapkan dan kebijaksanaan tersebut apakah sudah konsisten dengan informasi lain yang diketahui oleh anggota komite audit, serta menilai mutu pelayanan dan kewajaran biaya yang diajukan auditor eksternal (KNKCG, 2002 dalam Badjuri 2011).

## **2.9 Kinerja Lingkungan**

Kinerja lingkungan merupakan kinerja perusahaan yang menunjukkan kepedulian dalam menghasilkan lingkungan yang baik. Ini dapat diukur melalui hasil penilaian pemerintah kepada perusahaan yang mengikuti Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). Keikutsertaan perusahaan dalam PROPER menunjukkan hal yang positif akan kepedulian lingkungan dan sosial perusahaan. Perusahaan yang melakukan kinerja lingkungan dengan baik akan cenderung mengungkapkan kinerja perusahaan dalam tanggung jawab sosial karena perusahaan menganggap bahwa hal tersebut dapat menarik pelaku pasar dalam hal ini investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan.

Hasil penelitian Maulida *et al.* (2014) menunjukkan adanya pengaruh antara kinerja lingkungan dengan pengungkapan ISR dan penelitian Oktariani dan Mimba (2014) yang menunjukkan bahwa tanggung jawab lingkungan berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

## 2.10 Hubungan Antar Variabel

Peneliti mengidentifikasi hubungan antar variabel pada penelitian ini dengan empat variabel independen antara lain: leverage, Tipe Industri, Ukuran Komite Audit, dan Kinerja Lingkungan yang dianggap mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Pertama, mengidentifikasi hubungan antara *leverage* terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Semakin tinggi *leverage* suatu perusahaan, maka perusahaan memiliki resiko keuangan yang tinggi sehingga menjadi sorotan dari para *debtholders*.

Kedua, mengidentifikasi hubungan antara tipe industri terhadap pengungkapan *Islamic Sosial Reporting*. Tipe industri adalah karakteristik perusahaan yang berkaitan dengan bidang usaha, risiko usaha, karyawan yang dimiliki dan lingkungan perusahaan. Tipe industri merupakan faktor potensial yang mempengaruhi praktik pengungkapan sosial perusahaan (Adawiyah, 2013). Tipe industri dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu industri *high-profile* dan *low-profile*. Zuhroh dan Sukmawati (2003) menyatakan bahwa perusahaan-perusahaan *high-profile*, pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Masyarakat pada umumnya lebih sensitif terhadap tipe industri karena kelalaian perusahaan dalam pengamanan proses produksi dan hasil produksi dapat membawa akibat yang fatal bagi masyarakat. Perusahaan *high-profile* juga lebih sensitif terhadap keinginan konsumen atau pihak lain yang berkepentingan terhadap produknya.

Ketiga, mengidentifikasi hubungan antara ukuran komite audit terhadap pengungkapan *Islamic Sosial Reporting*. Semakin besar ukuran komite audit, maka peran komite audit dalam mengendalikan dan memantau manajemen puncak akan semakin efektif. Semakin besar ukuran komite audit maka kinerja perusahaan akan semakin bagus dan pengungkapan kinerja sosial (tanggung jawab sosial) perusahaan semakin luas (Gestari 2014).

Keempat, mengidentifikasi hubungan antara kinerja lingkungan terhadap *Islamic Sosial Reporting*. Semakin tinggi tingkat kesadaran perusahaan untuk menjalankan suatu kegiatan PROPER maka semakin banyak keikutsertaan

perusahaan dalam PROPER menunjukkan hal yang positif akan kepedulian lingkungan dan sosial perusahaan.

## **2.11 Pengembangan Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat (Sujarweni, 2015: 43).

### **2.11.1 Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting***

*Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan pada kreditur dalam membiayai asset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi berarti sangat tergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Tingkat *leverage* perusahaan dengan demikian menggambarkan resiko keuangan perusahaan (Sembiring, 2005).

Penelitian yang dilakukan oleh Cahya (2010) menyatakan bahwa leverage mempunyai pengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan Dewi (2012), Kariza (2014), dan Felani *et. al* (2017) menemukan adanya tidak berpengaruh pada *leverage* terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Dengan demikian, hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini berdasarkan uraian di atas:

H<sub>1</sub> : *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

### **2.11.2 Pengaruh Tipe Industri Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting***

Tipe industri adalah karakteristik perusahaan yang berkaitan dengan bidang usaha, risiko usaha, karyawan yang dimiliki dan lingkungan perusahaan. Tipe industri merupakan faktor potensial yang mempengaruhi praktik pengungkapan sosial perusahaan (Adawiyah, 2013).

Penelitian yang dilakukan oleh Fauzi *et. al.* (2007), Widiawati (2012), dan Putri (2014) menemukan bahwa tipe industri berpengaruh terhadap tanggung

jawab sosial perusahaan. Dengan demikian, hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini berdasarkan uraian di atas:

H<sub>2</sub> : Tipe Industri berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

### **2.11.3 Ukuran Komite Audit Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting***

Komite audit bertugas untuk memastikan bahwa struktur pengendalian internal perusahaan dilakukan dengan baik. Adanya komite audit di dalam perusahaan dapat menjadi alat yang efektif untuk melakukan mekanisme pengawasan sehingga dapat meningkatkan pengendalian internal dan akan meningkatkan kualitas pengungkapan informasi perusahaan. Ukuran komite audit yang lebih besar diharapkan dapat menjaga kinerja perusahaan yang lebih baik. Hal ini dikarenakan semakin besar ukuran komite audit maka kinerja perusahaan akan semakin bagus dan pengungkapan kinerja sosial (tanggung jawab sosial) perusahaan semakin luas.

Penelitian yang dilakukan oleh Handajani *et. al* (2009), Asyhari (2015) menunjukkan bahwa komite audit berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan publik di Indonesia. Hal tersebut berarti bahwa semakin banyak jumlah komite audit maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Mulia (2010) menyatakan bahwa independensi komite audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>3</sub>: Ukuran Komite Audit berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

### **2.11.4 Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting***

Kinerja lingkungan adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik. Pengukuran kinerja lingkungan dalam penelitian ini dengan melihat prestasi perusahaan dalam mengikuti PROPER yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup. Penelitian yang dilakukan oleh Oktariani dan

Mimba (2014), Maulida *et. al.* (2014), dan Suratno *et. al.* (2006) yang menunjukkan bahwa tanggung jawab lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Maria (2012) dan Kariza (2014) menyatakan bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Berdasarkan uraian di atas, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

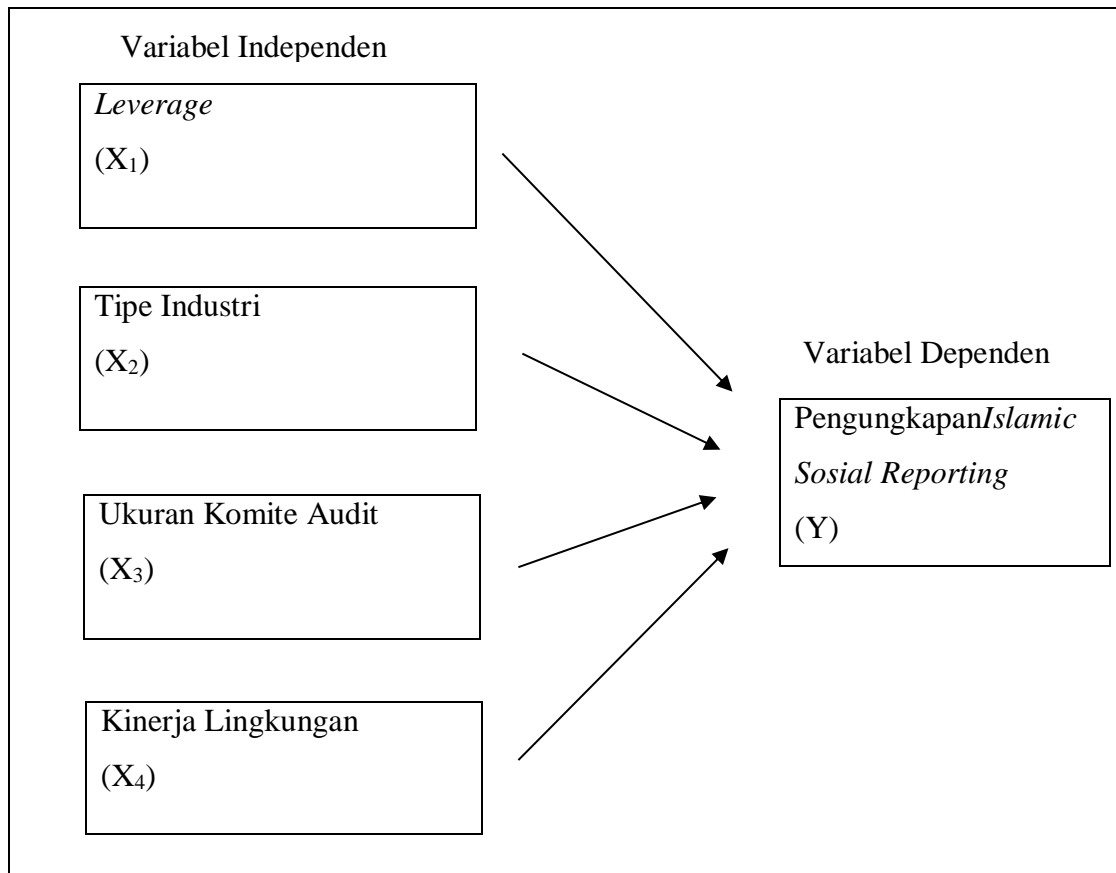
H<sub>4</sub>: Kinerja Lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

## 2.12 Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual dalam penelitian ini terdiri dari empat variable independen dan satu variable dependen. Variabel independen adalah *Leverage* (X<sub>1</sub>), Tipe Industri (X<sub>2</sub>), Ukuran Komite Audit (X<sub>3</sub>), dan Kinerja Lingkungan (X<sub>4</sub>) Sedangkan variabel dependen adalah pengungkapan *Islamic Social Reporting* (Y). Berikut adalah kerangka konseptual penelitian ini berdasarkan variabel-variabel yang akan diteliti sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian



Sumber : Data diolah oleh Penulis