

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN

HIPOTESIS

2.1 Review Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai pengaruh *Profitabilitas*, *Leverage*, dan *Likuiditas* terhadap pengungkapan *Islamic sosial Reporting* telah diteliti oleh peneliti sebelumnya, diantaranya:

Penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan ISR juga telah dilakukan oleh Rizkiningsih (2012). Dalam studi ini, peneliti menganalisis laporan tahunan dari 22 bank syariah pada tahun 2008-2010 di Indonesia, Malaysia dan Negara-negara GCC untuk mengetahui indeks ISR masing-masing bank. Selain itu, untuk mencari tahu faktor-faktor apa yang mempengaruhi ISR maka digunakan penelitian kausal dan pengujian hipotesis. Faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian ini meliputi tekanan politik dan pemerintah di negara dimana bank syariah beroperasi, rasio populasi Muslim di negara tersebut, *Islamic governance score*, leverage, dan profitabilitas bank syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa empat faktor: tekanan politik dan pemerintah, jumlah penduduk muslim, leverage dan profitabilitas secara signifikan mempengaruhi bank-bank syariah untuk mengungkapkan ISR. Hasil studi ini dapat menguntungkan industri perbankan syariah tidak hanya di Indonesia, Malaysia, dan Negara-negara GCC tetapi juga di negara lainnya untuk menerapkan prinsip pengungkapan penuh dengan cara yang lebih komprehensif.

Penelitian Lestari (2013) terkait ISR yang dilakukan pada laporan tahunan 18 Bank Umum Syariah di Indonesia pada periode 2010-2011 yang dievaluasi berdasarkan metode content analysis. Empat faktor yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, usia perusahaan dan proporsi komisaris independen. Ukuran perusahaan, profitabilitas dan usia perusahaan adalah karakteristik perusahaan. Proporsi komisaris independen merupakan salah satu mekanisme

corporate governance. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor profitabilitas, likuiditas, leverage dan ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan ISR. Sedangkan faktor umur perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan ISR.

Penelitian Othman *et al.* (2009) mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan ISR dalam perusahaan. Penelitian tersebut secara khusus membahas empat karakteristik perusahaan, yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, komposisi DPS dan jenis industri. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas dan komposisi DPS mempengaruhi secara signifikan pada penyediaan ISR. Namun jenis industri dalam penelitian ini tidak mempengaruhi secara signifikan bagi pelaporan ISR.

Penelitian Astuti (2013) mengenai pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan leverage terhadap pengungkapan *Islamic sosial Reporting*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas yang diproksikan oleh ROA dan ROE, likuiditas yang di proksikan oleh CR, dan *leverage* yang diproksikan oleh DAR dan DER secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR. Sedangkan secara parsial pengaruhnya berbeda-beda, ROA, ROE dan DER memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap pengungkapan ISR. DAR memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan ISR. Sementara CR memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan ISR.

Penelitian Raditya (2012) terkait penelitian tingkat pengungkapan ISR dilakukan pada perusahaan yang masuk dalam DES. DES merupakan kumpulan efek syariah yang ditetapkan oleh OJK dan LK. DES merupakan paduan investasi bagi reksa dana syariah untuk menempatkan dana dan bagi investor muslim untuk berinvestasi pada efek syariah. Dengan menggunakan DES sebagai perusahaan sampel, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengungkapan ISR. Karakteristik perusahaan yang diuji terdiri dari penerbitan sukuk, ukuran perusahaan, profitabilitas, jenis industri dan umur perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap tingkat pengungkapan ISR. Namun penerbitan sukuk, jenis industri, dan umur perusahaan bukan faktor penentu yang signifikan dalam mempengaruhi tingkat pengungkapan ISR.

Penelitian Rohana Othman, dkk (2009) mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi *Islamic sosial Reporting* (ISR) pada Top perusahaan syariah yang tercantum dalam bursa Malaysia. Alat analisis yang digunakan yaitu analisis regresi berganda. Hasil penelitian yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, komposisi dewan pengurus berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR. Namun tipe industri tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan ISR. Persamaan dengan penulis yaitu menggunakan variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas. Perbedaannya yaitu menambahkan likuiditas dan *leverage*, obyek penelitian yaitu Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia, metode penelitian yaitu analisis regresi data panel.

Penelitian Ryandi Iswandika, dkk (2014) bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, kepemilikan institusional, proporsi dewan komisaris independen, ukuran komite audit dan kualitas audit terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran proporsi dewan komisaris dan kualitas audit berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan variabel lainnya tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian Masruki (2009) meneliti pengaruh dari faktor-faktor yang meliputi *leverage*, ukuran bank, dan *profitabilitas* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial atau *Corporate sosial Responsibility* (CSR) pada bank Islam di Malaysia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya ukuran bank yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial bank Islam di Malaysia, sedangkan *leverage* dan *profitabilitas* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial bank Islam di Malaysia.

Penelitian selanjutnya adalah Jurica Lucyanda, Lady Gracia Prilia Siagian (2012) bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR yang diukur menggunakan *Global Reporting Initiative* (GRI) Indeks pada perusahaan yang *listedi* BEI. Hasil penelitian yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, *earnings per share*, kepedulian lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan *leverage*, Ukuran Dewan Komisaris, umur perusahaan, kepemilikan manajerial, dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR. Persamaan dengan penulis yaitu menggunakan ukuran bank, profitabilitas, dan *leverage* sebagai variabel independen. Perbedaannya yaitu menambahkan variabel independen likuiditas, indeks

pengukuran CSR menggunakan ISR, obyek penelitian yaitu Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia, dan metode penelitian yaitu analisis regresi data panel.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun nonfisik. O'Donovan (2002) berpendapat legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*) (Hadi, 2010:87).

Legitimasi perusahaan dalam meningkatkan reputasi perusahaan menjaga *image* dan strategi perusahaan dimata stakeholders adalah manfaat dari suatu tanggung jawab sosial (Wibisono, 2007) Menurut Hadi, (2011) ada beberapa cara yang akan mengefektifkan dalam mengelola legitimasi suatu perusahaan, yaitu:

- a. Melakukan identifikasi dan komunikasi dialog dengan publik.
- b. Melakukan komunikasi atau dialog tentang masalah nilai sosial kemasyarakatan dan lingkungan, serta membangun persepsi tentang perusahaan.
- c. Melakukan strategi legitimasi dan pengungkapan terkait dengan CSR.

Peran penting legitimasi *stakeholder*, dalam teori maketing baru didudukkan pada posisi *distress strategy*. Hal itu karena, sejalan dengan perkembangan pola pikir dan kesadaran masyarakat, memiliki kepentingan untuk terlindungi kehidupan dan kepentingan terhadap alam. Untuk itu, satu keniscayaan perusahaan mendudukkan tanggungjawab sosial sebagai bagian dalam mengkontruksi strategi operasi (Kasali Rheinald, 2007 dalam Hadi, 2011:90).

2.2.2 Teori Stakeholders

Teori *stakeholders* adalah suatu pendekatan yang didasarkan atas bagaimana mengamati, mengidentifikasi dan menjelaskan secara analitis tentang berbagai unsur yang dijadikan dasar dalam mengambil suatu keputusan dan tindakan dalam menjalankan aktivitas usaha (Wahyudi dan Azheri, 2011:80)

Teori *Stakeholders* menunjukkan pengaruh yang dimiliki oleh perusahaan terhadap pemangku kepentingan, yaitu pemegang saham, investor, kreditor, pemasok, hingga rekan bisnis maupun pihak *stakeholders*, semakin besar pula kecendrungan perusahaan mengadaptasi diri dengan keinginan para *stakeholders*nya (Sembiring dan Rismanda, 2003).

Othman *et al.* (2009) pengungkapan atau pelaksanaan CSR ini akan memberikan kesadaran bagi para pemangku kepentingan tentang pentingnya laporan sosial. Dilihat dari tanggung jawab sosial perusahaan yang berbasis syariah dari segi haram dan halal akan membuat *stakeholders* muslim pun akan tertarik melakukan pengungkapan informasi laporan tanggung jawab sosial.

2.3 Corporate sosial Responsibility (CSR)

Corporate sosial Responsibility adalah komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan (Kotler & Nancy, 2005).

Corporate sosial Responsibility (CSR) merupakan suatu konsep dimana tanggung jawab suatu perusahaan terhadap lingkungan sekitar guna untuk pembangunan berkelanjutan dan juga untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Perkembangan CSR di Indonesia mengalami peningkatan baik dalam kualitas maupun kuantitas dibanding tahun-tahun sebelumnya. Dimana pelaporan tentang CSR yang semula bersifat sukarela (*voluntary*) menjadi bersifat wajib (*mandatory*).

Dalam pengungkapan CSR harus memiliki konsep pembangunan keberlanjutan. Hal ini dikarenakan setiap perusahaan dalam menjalankan usahanya memiliki tanggung jawab sosial terhadap komunitas dengan kegiatan operasional bisnisnya, yang meliputi aspek ekonomi

(*profit*), sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*) atau disebut tripel bottom line (3p) yang diwujudkan dalam bentuk *Corporate sosial Responsibility* (CSR). Sinergi tiga elemen (*triple-bottom-line*) ini merupakan kunci dari konsep pembangunan keberlanjutan. Bagi perusahaan konsep ini dianggap penting karena untuk keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang.

Menurut ISO 26000 dalam Mulyadi dan Anwar (2008), prinsip-prinsip *Corporate sosial Responsibility* Terbagi atas tujuh aspek dasar yaitu meliputi:

1. Kepatuhan terhadap hukum
2. Menghormati instrumen/badan-badan Internasional
3. Menghormati *stakeholders* dan kepentingannya
4. Akuntabilitas
5. Transparansi
6. Perilaku yang beretika
7. Melakukan tindakan pencegahan

2.4 Islamic sosial Reporting (ISR)

Sejalan dengan makin meningkatnya pelaksanaan *Corporate sosial Reporting* (CSR) dalam dunia bisnis, maka makin meningkat pula keinginan untuk membuat pelaporan sosial atau yang sering disebut dengan *sosial reporting*. Banyak pendapat yang menjelaskan mengenai pengungkapan *sosial reporting*. *sosial 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 (Hannifa, 2002)

Berbeda dengan Islam, Islam telah menjelaskan cukup jelas mengenai hak dan kewajiban bagi individu maupun bagi organisasi berdasarkan Al-Quran dan Hadist. Hal tersebut dikarenakan Islam adalah agama yang secara lengkap mengatur seluruh aspek kehidupan

manusia di muka bumi. Siwar dan Hossain (2009) menyatakan bahwa landasan dasar dari agama Islam adalah *aqidah (belief and faith)*, *ibadah (worship)*, dan *akhlaq (morality and ethics)*.

CSR dalam perspektif Islam adalah praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab secara alami. Perusahaan menganut norma-norma Islam yaitu dengan adanya komitmen ketulusan dengan menjaga kontrak sosial di dalam operasinya. Praktik bisnis dalam kerangka CSR Islami meliputi 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 (Rahayu, 2014). CSR dalam perspektif Islam menurut AAOIFI yaitu kegiatan yang dilakukan institusi finansial Islam untuk memenuhi kepentingan religius, ekonomi, hukum, etika dan *discretionary responsibilities* sebagai lembaga *financial intermediari* baik bagi individu maupun institusi (Rahmawati dan Tarmizi, 2012).

Bentuk Akuntabilitas dan Transparansi dalam 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 yang wajar sesuai dengan prinsip Islam 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan informasi mengenai semua kegiatan halal dan haram dilakukan 2. Memberikan informasi yang relevan mengenai pembiayaan dan kebijakan investasi 3. Memberikan informasi yang

4. Mencapai tujuan usaha bisnis	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), 2013

Indeks ISR

Indeks ISR adalah item-item pengungkapan yang digunakan sebagai indikator dalam pelaporan kinerja sosial institusi bisnis syariah. Haniffa (2002) membuat lima tema pengungkapan 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. Beberapa peneliti Indeks ISR sebelumnya memiliki perbedaan dalam hal jumlah sub-tema yang digunakan, tergantung objek penelitian yang digunakan.

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

Konsep dasar pada tema ini adalah tauhid, halal & haram dan wajib. Beberapa informasi yang diungkapkan pada tema ini menurut Haniffa (2002) adalah praktik operasional yang mengandung *riba*, *gharar*, dan aktivitas pengelolaan zakat. Sakti (2007) menjelaskan bahwa secara literatur *riba* adalah tambahan, artinya setiap tambahan atas suatu pinjaman baik yang terjadi dalam transaksi utang-piutang maupun perdagangan adalah *riba*. Kegiatan yang mengandung *riba* dilarang dalam Islam, sebagaimana ditegaskan Allah dalam Al-Quran surat Al-

Baqarah ayat 278-279. Salah satu bentuk *riba* di dunia perbankan adalah pendapatan dan beban bunga.

Kegiatan yang mengandung *gharar* pun merupakan yang terlarang dalam Islam. *Gharar* adalah situasi dimana terjadi *incomplete information* karena adanya *uncertainty to both parties*. Praktik *gharar* dapat terjadi dalam empat hal, yaitu kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan. Contoh transaksi modern yang mengandung *riba* adalah transaksi *lease and purchase*, karena adanya ketidakjelasan antara transaksi sewa atau beli yang berlaku (Karim, 2004). Bentuk lain dari *gharar* adalah *future on delivery trading* atau *margin trading*, jual-beli valuta asing bukan transaksi komersial (*arbitage* baik *spot* maupun *forward*, melakukan penjualan melebihi jumlah yang dimiliki atau dibeli (*short selling*), melakukan transaksi *pure swap*, *capital lease*, *future*, *warrant*, *option*, dan transaksi derivatif lainnya (Arifin, 2009).

Aspek lain yang harus diungkapkan oleh entitas syariah adalah praktik pembayaran dan pengelolaan zakat. Entitas syariah berkewajiban untuk mengeluarkan zakat dari laba yang diperoleh, dalam fikih kontemporer di kenal dengan istilah zakat perusahaan. Berdasarkan AAOIFI, perhitungan zakat bagi entitas syariah dapat menggunakan dua metode. Metode pertama, dasar perhitungan zakat perusahaan dengan menggunakan metode *net worth* (kekayaan bersih). Artinya seluruh kekayaan perusahaan, termasuk modal dan keuntungan harus dihitung sebagai sumber yang harus dizakatkan. Metode kedua, dasar perhitungan zakat adalah keuntungan dalam setahun (Hakim, 2011). Selain itu bagi bank syariah berkewajiban untuk melaporkan laporan sumber dan penggunaan dana zakat selama periode dalam laporan keuangan. Bahkan jika bank syariah belum melakukan fungsi zakat secara penuh, bank syariah tetap menyajikan laporan zakat (PSAK 101, 2011).

Pengungkapan selanjutnya yang merupakan penambahan dari Othman et al (2009) adalah kebijakan atas keterlambatan pembayaran piutang dan kebangkrutan klien, neraca dengan nilai saat ini (*Current Value Balance Sheet*), dan laporan nilai tambah (*Value added statement*). Terkait dengan kebijakan atas keterlambatan pembayaran piutang dan kebangkrutan klien Untuk meminimalisir resiko pembiayaan, Bank Indonesia mengharuskan bank untuk mencadangkan penghapusan bagi aktiva-aktiva produktif yang mungkin bermasalah, praktik ini disebut pencadangan penghapusan piutang tak tertagih (PPAP). Dalam fatwa DSN MUI ditetapkan

bahwa pencadangan harus diambil dari dana (modal/keuntungan) bank. Sedang menurut AAOIFI, pencadangan disisihkan dari keuntungan yang diperoleh bank sebelum dibagikan ke nasabah. Ketentuan PPAP bagi bank syariah juga telah diatur dalam PBI No.5 Tahun 2003.

Pengungkapan lainnya adalah Neraca menggunakan nilai saat ini (*current value balance sheet/CVBS*) dan laporan nilai tambah (*value added statement/VAS*). Menurut Nurhayati dan Wasilah (2009) metode CVBS digunakan untuk mengatasi kelemahan dari metode *historical cost* yang kurang cocok dengan perhitungan zakat yang mengharuskan perhitungan kekayaan dengan nilai sekarang. Sedang VAS menurut Harahap (2008) adalah berfungsi untuk memberikan informasi tentang nilai tambah yang diperoleh perusahaan dalam periode tertentu dan kepada pihak mana nilai tambah itu disalurkan. Dua sub-tema ini tidak digunakan dalam penelitian ini, karena belum diterapkan di Indonesia.

Menurut Haniffa dan Hudaib (2007) aspek lain yang perlu diungkapkan pada tema ini adalah jenis investasi yang dilakukan oleh bank syariah dan proyek pembiayaan yang dijalankan. Aspek ini cukup diungkapkan secara umum.

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

Menurut Othman et al (2009) beberapa aspek yang perlu diungkapkan pada tema ini adalah status kehalalan produk yang digunakan dan pelayanan atas keluhan konsumen. Dalam konteks perbankan syariah, maka status kehalalan produk dan jasa baru yang digunakan adalah melalui opini yang disampaikan oleh DPS untuk setiap produk dan jasa baru.

Dewan Pengawas Syariah (DPS) adalah badan independen yang ditempatkan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) pada bank syariah. Anggota DPS harus terdiri dari para pakar di bidang syariah muamalah dan pengetahuan umum bidang perbankan. Tugas utama DPS adalah mengawasi kegiatan usaha bank agar tidak menyimpang dari ketentuan dan prinsip syariah yang telah difatwakan oleh DSN. DPS juga memiliki fungsi sebagai mediator antara bank dan DSN dalam pengkomunikasian dalam pengembangan produk baru bank syariah. Oleh karena itu, setiap produk baru bank syariah harus mendapat persetujuan dari DPS (Wiroso, 2009). Hal ini penting bagi pemangku kepentingan Muslim untuk mengetahui apakah produk bank syariah terhindar dari hal-hal yang dilarang syariat.

Selain itu pelayanan atas keluhan nasabah harus juga menjadi prioritas bank syariah dalam rangka menjaga kepercayaan nasabah. Saat ini hampir seluruh bisnis mengedepankan aspek pelayanan bagi konsumen atau nasabah mereka. Karena pelayanan yang baik akan berdampak pada tingkat loyalitas nasabah.

Hal lain yang harus diungkapkan oleh bank syariah menurut Haniffa dan Hudaib (2007) adalah glossary atau definisi setiap produk serta akad yang melandasi produk tersebut. Hal ini mengingat akad-akad di bank syariah menggunakan istilah-istilah yang masih asing bagi masyarakat, sehingga perlu informasi terkait definisi akad-akad tersebut agar mudah dipahami oleh pengguna informasi.

3. Karyawan (*Employees*)

Dalam ISR, segala sesuatu yang berkaitan dengan karyawan berasal dari konsep etika amanah dan keadilan. Menurut Haniffa (2002) dan Othman dan Thani (2010) memaparkan bahwa masyarakat Muslim ingin mengetahui apakah karyawan-karyawan perusahaan diperlakukan secara adil dan wajar melalui informasi-informasi yang diungkapkan. Beberapa informasi yang berkaitan dengan karyawan menurut Haniffa (2002) dan Othman et al (2009) diantaranya jam kerja, hari libur, tunjangan untuk karyawan, dan pendidikan dan pelatihan karyawan.

Beberapa aspek lainnya yang ditambahkan oleh Othman et al (2009) adalah kebijakan remunerasi untuk karyawan, kesamaan peluang karir bagi seluruh karyawan baik pria maupun wanita, kesehatan dan keselamatan kerja karyawan, keterlibatan karyawan dalam beberapa kebijakan perusahaan, karyawan dari kelompok khusus seperti cacat fisik atau korban narkoba, tempat ibadah yang memadai, serta waktu atau kegiatan keagamaan untuk karyawan. Selain itu, Haniffa dan Hudaib (2007) juga menambahkan beberapa aspek pengungkapan berupa kesejahteraan karyawan dan jumlah karyawan yang dipekerjakan.

4. Masyarakat (*Community Involvement*)

Konsep dasar yang mendasari tema ini adalah *ummah*, *amanah*, dan *'adl*. 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 bagi bank syariah dapat dilakukan dengan sedekah, wakaf, dan *qard*. Jumlah dan pihak yang menerima bantuan harus diungkapkan dalam laporan tahunan bank syariah. Hal ini merupakan salah satu fungsi bank syariah yang diamanahkan oleh Syariat dan Undang-Undang.

Beberapa aspek pengungkapan tema masyarakat yang digunakan dalam penelitian ini adalah sedekah, wakaf, dan pinjaman kebajikan (Haniffa, 2002). Sedang beberapa aspek lainnya yang dikembangkan oleh Othman et al (2009) diantaranya adalah sukarelawan dari kalangan karyawan, 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 dukunga terhadap kegiatan-kegiatan kesehatan, hiburan, olahraga, budaya, pendidikan dan agama.

5. 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 melestasikan 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.

Hal ini telah Allah isyaratkan dalam firmanNya:

“telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar).” (Q.S Ar Ruum: 41)

Informasi yang diungkapkan dalam tema lingkungan diantaranya adalah konservasi lingkungan hidup, tidak membuat polusi lingkungan hidup, pendidikan mengenai lingkungan hidup, penghargaan di bidang lingkungan hidup, dan sistem manajemen lingkungan (Haniffa, 2002; Othman et al, 2009; Haniffa dan Hudaib, 2007)

6. Tata Kelola Perusahaan (*Corporate Governance*)

Konsep yang mendasari tema ini adalah konsep khilafah. Hal ini sesuai dengan firman Allah:

“ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada Para Malaikat: "Sesungguhnya aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi." mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, Padahal Kami Senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui." (Q.S Al Baqarah:30).

2.5 Profitabilitas

Setiap perusahaan mempunyai tujuan akhir yaitu memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal. Karena dengan perolehan keuntungan yang maksimal perusahaan dapat berbuat banyak untuk kesejahteraan pemilik, karyawan, serta peningkatan mutu produk dan melakukan investasi baru (Cahyani, 2016).

Heinze (1976) dalam Gray *et al* (1988) menyatakan bahwa *profitabilitas* merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial perusahaan.

Untuk mengukur suatu tingkat *profitabilitas* perusahaan, maka digunakan rasio keuntungan atau *rasio profitabilitas* yang disebut juga *rasio rentabilitas*. *Rasio profitabilitas* digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dan laba (Kasmir,

2010). *Rasio profitabilitas* menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui kegiatan penjualan kas modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya (Harahap, 2010:304).

Kasmir (2010) juga menyatakan bahwa penggunaan *rasio profitabilitas* mempunyai tujuan yang baik untuk internal perusahaan maupun pihak eksternal perusahaan, yaitu:

1. Mengukur atau menghitung laba yang akan diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Menilai atau membandingkan posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Menilai bersama laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

2.6 Leverage

Dalam menjalankan operasinya, perusahaan memiliki kebutuhan akan dana, baik dana jangka pendek maupun dana jangka panjang agar perusahaan dapat berjalan sebagaimana mestinya. Dana tersebut juga dibutuhkan untuk melakukan ekspansi usaha atau investasi baru. Artinya di dalam perusahaan harus tersedia dana dalam jumlah tertentu sehingga tersedia saat dibutuhkan. Dalam hal ini, manajer keuanganlah yang bertanggung jawab memenuhi kebutuhan dana tersebut. Oleh karena itu, manajer keuangan dituntut untuk mengelola rasio *leverage* dengan baik, sehingga mampu menyeimbangkan pengembalian yang tinggi dengan tingkat rasio yang dihadapi.

Rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivanya (Kasmir, 2008). Rasio *leverage* digunakan sesuai dengan kebutuhan perusahaan, artinya perusahaan dapat menggunakan rasio *leverage* secara keseluruhan atau sebagian dari masing-masing jenis rasio yang ada. Dengan mengetahui *leverage ratio* akan dapat dinilai tentang : (a) posisi perusahaan terhadap seluruh kewajibannya kepada pihak lain; (b) kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap; (c) keseimbangan antara nilai aktiva tetap dengan modal (Jumingan, 2006). Adapun jenis-jenis rasio *leverage* diantaranya (Kasmir, 2010):

1. *Debt to Asset Ratio (Debt Ratio)*
2. *Debt to Equity Ratio*
3. *Long Term Debt to Equity Ratio*
4. *Time Interest Eearned*
5. *Fixed Charge Coverage*

2.7 Likuiditas

Likuiditas merupakan suatu indikator mengenai kemampuan perusahaan dalam membayar semua kewajiban keuangan jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aktiva lancar yang tersedia. Menurut pendapat Munawir (2004) *likuiditas* adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya yang harus dipenuhi, atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan pada saat ditagih. Perusahaan yang mampu memenuhi kewajiban keuangannya tepat pada waktunya berarti perusahaan tersebut dalam keadaan *likuid*, dan perusahaan dikatakan mampu memenuhi kewajiban keuangan tepat pada waktunya apabila perusahaan tersebut mempunyai alat pembayaran ataupun aktiva lancar yang lebih besar dari hutang lancarnya atau hutang jangka pendek. Sebaliknya jika perusahaan tidak dapat segera memenuhi kewajiban keuangannya pada saat ditagih, berarti perusahaan tersebut dalam keadaan *ilikuid*.

Kasmir (2008) menyatakan *likuiditas* atau sering disebut modal kerja digunakan untuk mengukur seberapa *likuid* nya suatu perusahaan. *Likuiditas* menganalisa dan menginterpretasikan posisi keuangan jangka pendek, tapi juga sangat membantu bagi manajemen untuk mengecek efisiensi modal kerja yang digunakan dalam perusahaan, juga penting bagi kreditor jangka panjang dan pemegang saham yang akhirnya atau setidaknya ingin mengetahui prospek dari deviden dan pembayaran bunga di masa yang akan datang. Dapat dipahami bahwa *likuiditas* menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya atau kewajiban yang segera jatuh tempo dengan sumber jangka pendeknya. Semakin tinggi *likuiditas* maka semakin tinggi kemampuan perusahaan membayar hutang-hutang jangka pendeknya.

Menurut Harahap (2009) *likuiditas* menggambarkan kemampuan perusahaan menyelesaikan kewajiban jangka pendeknya. *Likuiditas* dapat dihitung melalui sumber informasi tentang modal kerja yaitu pos-pos aktiva lancar dan hutang lancar. Pengukuran *likuiditas* yang digunakan terdiri dari rasio lancar (*current ratio*), rasio cepat (*quick ratio*), rasio kas (aktiva lancar), rasio kas atas utang lancar, rasio aktiva lancar dan total aktiva, serta aktiva lancar dan total utang.

2.8 Hubungan Antar Variabel

Bagian 1 merupakan ilustrasi sebagai kerangka pemikiran pada penelitian ini. Penelitian ini terdapat tiga faktor yang berpengaruh pada pengungkapan *ISR*. Faktor tersebut antara lain *Profitabilitas*, *Leverage*, dan *Likuiditas*.

Dalam penelitian ini. *Profitabilitas* menjadi variabel independen pertama (X_1). Dimana profitabilitas merupakan suatu hal yang menjadi tujuan akhir disetiap perusahaan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi maka perusahaan itu dapat berbuat banyak untuk kesejahteraan pemilik, karyawan, serta peningkatan mutu produk dan melakukan investasi baru (Cahyani, 2016).

Profitabilitas memang sangat penting bagi sebuah perusahaan, namun dalam menjalankan operasinya tentu saja perusahaan membutuhkan sebuah dana agar operasi

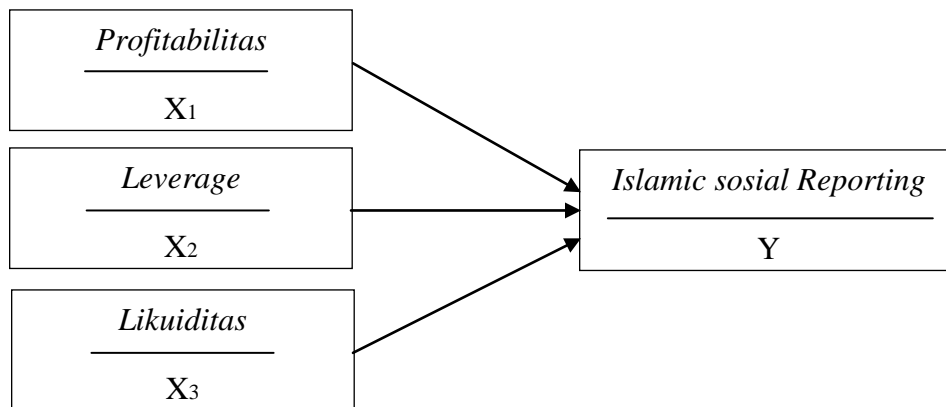
perusahaan tersebut berjalan dengan lancar. Didalam penelitian ini yang dimaksud adalah *Leverage* sebagai variabel independen kedua (X_2), perusahaan memiliki kebutuhan akan dana, baik dana jangka pendek maupun jangka panjang, agar perusahaan dapat berjalan sebagaimana mestinya. Dana tersebut juga dibutuhkan untuk melakukan ekspansi usaha atau investasi baru, Artinya di dalam perusahaan harus tersedia dana dalam jumlah tertentu sehingga tersedia pada saat dibutuhkan.

Dalam hal ini, manajer keuanganlah yang bertanggung jawab memenuhi kebutuhan dana tersebut. Oleh karena itu, manajer keuangan dituntut untuk mengelola rasio *leverage* dengan baik sehingga mampu menyeimbangkan pengembalian yang tinggi dengan tingkat risiko yang dihadapi. Selain itu perusahaan juga harus memenuhi kewajiban jangka pendeknya, Didalam penelitian ini yang dimaksud adalah Likuiditas sebagai variabel independen ketiga (X_3), Perusahaan yang memiliki likuiditas sehat paling tidak memiliki rasio lancar sebesar 100%.

Menurut Haniffa (2002) dan Othman *et al* (2009) ISR merupakan pengungkapan yang berbasis syariah dalam perspektif ekonomi islam, yaitu apabila perusahaan memiliki konsep akuntabilitas terhadap Allah SWT maka perusahaan itu akan melakukan pengungkapan secara benar, adil, dan transparan. Konsep akuntabilitas terhadap Allah SWT ini mempercayai bahwa seluruh sumber daya yang telah ada dan diciptakan adalah untuk kemaslahatan seluruh umat manusia. Oleh karena itu, suatu pengungkapan harus berisikan informasi yang benar dan akurat serta tersedia untuk para pengguna laporan keuangan (Anggraini, 2015).

Dalam penelitian ini ISR menjadi variabel dependen (Y), sehingga variabel independen (X_1, X_2, X_3) yang akan berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic sosial Reporting* (ISR) sebagai variabel dependen (Y). Berikut ini adalah kerangka pemikiran penelitian yang diperjelas dengan menggunakan bagan dan anak panah untuk memperjelas pengaruh variabel dependen dan variabel independen sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian



Sumber: Hasil oleh penulis

2.8.1 Hipotesis

Hipotesis merupakan sebuah jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah, oleh karena itu harus diuji secara empiris. Pengembangan hipotesis penelitian yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Profitabilitas* Terhadap Tingkat Pengungkapan *Islamic sosial Reporting*

Menurut Haniffa (2002) dalam Cahyani (2016) dalam melakukan pengungkapan berbasis Islam perusahaan tidak diharuskan melakukan pertimbangan apakah perusahaan yang dijalankan untung atau rugi. Namun Widiastuti (2004) menjelaskan bahwa profit margin yang tinggi akan mendorong para manajer untuk memberikan informasi yang lebih terinci, sebab mereka menginginkan para investor meyakinkan profitabilitas perusahaan dan kompensasi terhadap manajemen. Dalam penelitian Othman *et al* (2009) dan Raditya (2012) menyatakan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap tingkat pengungkapan ISR. Penelitian ini menduga bahwa perusahaan dengan profitabilitas yang lebih tinggi akan melakukan pengungkapan ISR yang lebih luas, hasil penelitian serupa dengan penelitian Istiani (2015), Widiawati (2012), dan Rahajeng (2010).

Sedangkan hasil penelitian yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan ISR adalah penelitian Lestari (2013) karena dalam perusahaan perbankan syariah yang tergabung dalam BUS menganggap bahwa ISR merupakan suatu kebutuhan *stakeholders*, terutama stakeholder muslim. Pada saat perusahaan mengalami untung atau rugi tidak akan mempengaruhi perusahaan untuk tidak melakukan pengungkapan *ISR*. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_1 : *Profitabilitas* berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan *Islamic sosial Reporting*.

2. Pengaruh *Leverage* Terhadap Tingkat Pengungkapan *Islamic sosial Reporting*

Meek, Robert, dan Gary (1995) dalam Dewi (2012), berpendapat bahwa perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi memiliki pengungkapan yang luas dan terbuka sehingga pemberi pinjaman bisa lebih percaya terhadap 10 perusahaan tersebut. Dapat disimpulkan, dimana perusahaan dikatakan baik dengan melihat tingkat *leverage* perusahaan karena semakin rendah rasio ini, semakin tinggi tingkat pendanaan perusahaan yang disediakan oleh pemegang saham dan semakin besar perlindungan bagi kreditor.

Berdasarkan pendapat para peneliti sebelumnya dalam pengembangan hipotesis pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *ISR*, dapat disimpulkan bahwa perusahaan dengan *leverage* yang tinggi perlu memberikan pengungkapan yang lebih luas karena sebelumnya para investor maupun kreditor harus mengetahui seberapa besar kemampuan dalam membayar hutang. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_2 : *Leverage* berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan *Islamic sosial Reporting*.

3. Pengaruh Likuiditas Terhadap Tingkat Pengungkapan *Islamic sosial Reporting*

Likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam melunasi hutang-hutang jangka pendeknya tanpa harus mencairkan aset jangka panjang. Cooke (1989) dalam Almilia (2007) menjelaskan bahwa likuiditas dapat dilihat dari dua sisi. Dari sisi kesehatan perusahaan, tingginya rasio likuiditas akan menunjukkan kuatnya kondisi keuangan perusahaan.

Hal tersebut akan mempengaruhi tingkat pengungkapan karena perusahaan dengan kondisi keuangan yang kuat akan cenderung melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas kepada pihak luar untuk menunjukkan kredibilitas perusahaannya daripada perusahaan dengan kondisi keuangan yang lemah. Sedangkan pada sisi yang lain, jika likuiditas diukur sebagai kinerja, perusahaan yang mempunyai likuiditas rendah perlu memberikan informasi yang lebih rinci untuk menjelaskan lemahnya kinerja.

Rahajeng (2010) berpendapat bahwa sesuai dengan teori legitimasi berkeyakinan bahwa kekuatan perusahaan yang ditunjukkan rasio likuiditas akan berhubungan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang tinggi. Hal ini didasarkan bahwa kuatnya keuangan suatu perusahaan akan cenderung memberikan informasi yang luas daripada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang lemah. Pendapat Cooke (1989) tidak berbeda jauh dengan pendapat Subiyanto (1996) dalam Rahajeng (2010) yang menyebutkan bahwa rasio likuiditas berpengaruh pada luas pengungkapan sukarela, didasarkan pada alasan bahwa bagi perusahaan yang memiliki likuiditas baik, menunjukkan memiliki struktur finansial yang baik pula. Sehingga jika kondisi ini diketahui oleh publik, maka perusahaan tidak terancam kinerjanya, bahkan jika likuiditas perusahaan itu diketahui oleh publik, secara langsung atau tidak langsung perusahaan menunjukkan validitas kinerjanya.

Sedangkan menurut Wallace dan Naser (1994) berpendapat bahwa likuiditas adalah faktor penting dalam evaluasi perusahaan oleh pihak yang berkepentingan seperti investor, kreditur dan pemerintah setempat. Ketidakmampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban saat ini dalam kasus ekstrim bisa berarti kebangkrutan. Untuk meredakan ketakutan investor dan pemberi pinjaman, perusahaan cenderung memberikan rincian lebih lanjut dalam CSR tentang kemampuan mereka untuk memenuhi kewajiban keuangan saat jatuh tempo dan tentang fakta bahwa perusahaan mempertahankan kelangsungan hidupnya. Berdasarkan pendapat peneliti sebelum maka hipotesis ketiga adalah sebagai berikut:

H₃ : *Likuiditas* berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan *Islamic sosial Reporting*.