

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Review Hasil –Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya mengenai pengungkapan pertanggungjawaban sosial baik secara konvensional yang disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR), maupun berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang disebut dengan *Islamic Social Reporting* (ISR). Peneliti-peneliti tersebut telah meneliti berbagai macam faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Othman *et al*, (2009) yang berjudul faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). Objek penelitiannya adalah seratus perusahaan terbesar yang terdaftar di Bursa Malaysia, dan diperoleh sampel akhir sebanyak 56 perusahaan ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan empat karakteristik perusahaan, yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, komposisi dewan, dan jenis industri. Teknik analisis data menggunakan metode regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran, profitabilitas dan komposisi dewan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* sedangkan jenis industri tidak mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Penelitian yang dilakukan Putri (2014) dengan judul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi *Islamic Social Reporting*. Faktor-faktor yang digunakan antara lain ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industri, dan sebagai variabel

tambahan yaitu surat berharga syariah. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada tahun 2011-2012. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Total sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 142 perusahaan. Analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis dengan metode regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, dan Surat Berharga Syariah berpengaruh positif signifikan terhadap ISR di Indonesia. Sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ISR di Indonesia.

Penelitian yang dilakukan Rahayu dan Anisyukurlillah (2015) berjudul pengaruh kepemilikan saham publik, profitabilitas dan pengungkapan media terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011 hingga 2013 berjumlah 46 perusahaan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang menghasilkan 78 sampel selama tahun 2011 hingga 2013. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diambil melalui teknik dokumentasi yang terdiri dari *annual report* perusahaan *property* dan *real estate* tahun 2011 hingga 2013. Metode analisis data penelitian ini yaitu analisis regresi berganda. Berdasarkan analisis regresi linier berganda dan uji t menunjukkan bahwa kepemilikan saham publik berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Profitabilitas dan pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial.

Penelitian Karina dan Yuyetta (2013) yang berjudul faktor-faktor yang mempengaruhi penungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada laporan tahunan. Faktor-faktor tersebut antara lain kepemilikan saham pemerintah, kepemilikan saham asing, *leverage*, tipe industri, ukuran perusahaan, dan profitabilitas. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011. Sampel dalam penelitian

ini sebanyak 92 sampel dalam periode satu tahun dan sampel tersebut ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan metode regresi berganda dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan pemerintah dan ukuran perusahaan secara signifikan dan positif mempengaruhi pengungkapan CSR di Indonesia. Sedangkan kepemilikan asing, jenis industri, profitabilitas, dan *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR di Indonesia.

Novrizal dan Fitri, (2016) yang berjudul faktor –faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) tahun 2012 – 2015 dengan menggunakan *Islamic Social Reporting* (ISR) *Index* sebagai tolak ukur. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sampel totalnya adalah 16 perusahaan syariah. Analisis data yang digunakan untuk menguji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan metode regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja lingkungan dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan profitabilitas dan jenis industri tidak secara signifikan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial..

Ain *et al*, (2015) melakukan penelitian yang berjudul faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah di Bank Islam Malaysia. Penelitian ini menguji hubungan antara ukuran bank, kinerja keuangan, dan status *listing* terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab secara syariah. Sempel pada penelitian ini sebanyak 16 Bank Islam Malaysia. Faktor ukuran bank di ukur berdasarkan jumlah aset, sedangkan faktor kinerja keuangan diproaksikan oleh laba setelah pajak dan zakat, ROA dan ROE. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ukuran bank dan kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab syariah, sedangkan status *listing* berpengaruh negatif.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori *Stakeholders*

Fremaan dkk (2004) dalam Putri (2014) menyatakan bahwa teori *stakeholder* berarti kumpulan kebijakan dan praktik langsung terhadap sesuatu yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Manajemen organisasi berdasarkan teori *stakeholder*, diharapkan dapat melakukan aktivitas yang tidak hanya penting bagi perusahaan namun juga penting bagi para *stakeholder*, dan melaporkan kembali aktivitas yang telah dilakukan pada *stakeholder* (Ulum, 2009:4). Sehingga terdapat pengaruh yang saling mempengaruhi antara perusahaan dengan para *stakeholder*, dimana kepentingan yang dilakukan oleh perusahaan oleh dasar pengaruh tersebut membuat perusahaan hanya melaporkan segala aktivitas yang dilakukannya dan disisi lain, *stakeholder* mendapatkan haknya atas seluruh informasi yang dimiliki oleh perusahaan atas aktivitas yang dilakukannya (Haryani, 2015:15).

Teori *stakeholder* diyakini memiliki pengaruh dengan CSR, Haryani (2015:17) menyatakan bahwa perilaku perusahaan selalu diawasi untuk mencapai tata perilaku yang bertanggung jawab secara sosial untuk melakukan aktivitas yang bertujuan untuk tercapainya tujuan bagi seluruh pemangku kepentingan.

Teori *stakeholder* membuat para pemangku kepentingan menjadi sadar akan pentingnya laporan sosial. Demikian pula, *stakeholder* muslim yang mungkin sadar akan tanggung jawab sosial perusahaan dari segi haram dan halal sehingga membuat perusahaan untuk melakukan pengungkapan informasi sosial (Othman *et al.* 2009).

2.2.2 Teori Legitimasi

Legitimacy Theory merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada masyarakat (*society*), pemerintah, individu dan kelompok masyarakat. Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Definisi legitimasi itu sendiri merupakan suatu keadaan psikologis keberpihakan orang dan sekelompok orang yang memahami mengenai gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik (Hadi, 2011:87).

Teori legitimasi merupakan teori yang bergantung pada pemikiran “kontrak sosial” antara perusahaan dengan masyarakat sekitar perusahaan. Kontrak sosial adalah suatu cara untuk menjelaskan sejumlah harapan besar masyarakat mengenai operasional perusahaan yang seharusnya dilaksanakan dan juga menyatakan legitimasi tersebut dapat diperoleh apabila terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan sesuai (*congruent*) dengan sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Namun, apabila terjadi ketidaksesuaian akan mengancam legitimasi perusahaan dimana masyarakat akan mencabut kontrak perusahaan sehingga tidak dapat melanjutkan operasinya Deegan (2002).

Menurut Dela (2014:4) legitimasi pada perusahaan dapat ditingkatkan yaitu melalui CSR yang dilakukan perusahaan. Sehingga pengungkapan tanggung jawab perusahaan dibutuhkan untuk memperoleh nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Teori legitimasi juga dapat digunakan untuk menjelaskan keterkaitan *corporate governance* dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Corporate governance* dan profitabilitas dapat memberikan keyakinan perusahaan dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Artinya, dengan melakukan *corporate governance* dan profitabilitas yang mencukupi, perusahaan akan mendapatkan keuntungan positif berupa legitimasi dari masyarakat yang pada akhirnya akan berdampak pada meningkatnya keuntungan perusahaan dimasa yang akan datang.

2.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

Hingga saat ini belum ada definisi tetap mengenai tanggung jawab sosial, karena masing-masing pihak memiliki definisi dan interpretasi yang beragam mengenai CSR. Berikut ini merupakan definisi-definisi CSR menurut beberapa lembaga dan para ahli.

Kotler dan Nancy (2005: 3) dalam Novrizal dan Fitri (2016) menjelaskan definisi tanggung jawab sosial adalah sebagai berikut :

“Corporate social responsibility is a commitment to improve community well-being through discretionary business practices and contributions of corporate resources.”

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) mendefinisikan pertanggungjawaban sosial atau yang dikenal dengan sebutan CSR sebagai komitmen dari dunia bisnis atau usaha untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas. *World Bank* merumuskan CSR sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan bekerja dengan karyawan dan perwakilan mereka, komunitas lokal dan masyarakat luas untuk meningkatkan kualitas hidup, cara-cara yang baik baik untuk bisnis dan baik untuk pengembangan.

Lord Holme dan Richard Watt, dalam Hadi (2011:46) mendefinisikan CSR adalah komitmen berkelanjutan dari perusahaan yang berjalan secara etis dan memiliki kontribusi terhadap pembangunan untuk meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarga mereka, dan juga komunitas lokal serta masyarakat luas. Siwar dan Hossain (2009) menjelaskan tentang tanggung jawab sosial atau CSR yaitu :

“CSR means responsibility of corporate or company to the society, environment, and economy”

Berdasarkan definisi yang telah dikemukakan oleh para ahli di atas, penulis menyimpulkan bahwa tanggung jawab sosial merupakan sebuah komitmen berkelanjutan oleh perusahaan untuk berkontribusi positif dalam peningkatan pembangunan ekonomi yang tidak hanya kepada konsumen, karyawan dan keluarganya, pemegang saham, namun juga bagi masyarakat luas serta komunitas lokal.

Daniri (2008: 3) menyatakan bahwa CSR sebagai sebuah gagasan, sehingga perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line* yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangan (*financial*) saja. Elkington (1997) dalam bukunya yang berjudul *Cannibals With Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*, mengembangkan konsep SBL menjadi *triple-bottom-line* (TBL) yang dikenal dengan istilah *economic prosperity*, *environmental quality*, dan *social justice*. Elkington (1997) berpendapat bahwa jika perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidup, maka perusahaan tersebut harus menjalankan konsep “3P”, dimana perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan (*profit*), namun juga memperhatikan kondisi dan mensejahterakan masyarakat (*people*), serta menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Di Indonesia, pertanggung jawaban sosial juga di atur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 pasal 1 ayat 3 mendefinisikan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah :

“komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”

Menurut undang-undang tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan pada operasional perusahaan saja namun juga harus menyelaraskan dengan kepentingan masyarakat. Sehingga dapat

meningkatkan nilai bagi para pemegang saham dan juga akan berbanding lurus dengan peningkatan nilai bagi perusahaan itu sendiri.

Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 pasal 74, yang membahas tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan menyebutkan bahwa:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan,
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Suharto (2008) menyebutkan tentang sedikitnya terdapat empat manfaat tanggung jawab sosial perusahaan jika dikelompokkan, antara lain:

1. *Brand Differentiation*

Dalam persaingan pasar yang kian kompetitif, tanggung jawab sosial masyarakat dapat memberikan citra perusahaan yang khas, baik etis di mata publik yang pada gilirannya menciptakan *customer loyalty*.

2. *Human Resources*

Program tanggung jawab sosial perusahaan dapat membantu dalam perekrutan karyawan baru, terutama yang memiliki kualifikasi tinggi, dan bagi karyawan lama, CSR juga dapat meningkatkan persepsi, reputasi, dan dedikasi dalam bekerja.

3. *License to Operate*

Perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial dapat mendorong pemerintah dan publik untuk memberikan izin atau restu bisnis. Karena

dianggap telah memenuhi standar operasi dan kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat luas.

4. *Risk Management*

Manajemen risiko merupakan isu sentra bagi perusahaan. Reputasi perusahaan yang telah dibangun sejak lama dapat runtuh dalam sekejap karena adanya skandal korupsi, kecelakaan karyawan, atau kerusakan lingkungan. Membangun budaya “*doing the right thing*” berguna bagi perusahaan dalam mengelola risiko-risiko bisnis.

2.3.1 Pengungkapan CSR dalam Perspektif Islam

Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRSD) merupakan suatu cara bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan kepada para stakeholders bahwa perusahaan memberikan perhatian pada pengaruh sosial dan lingkungan yang ditimbulkan perusahaan. Pengungkapan ini bertujuan untuk memperlihatkan aktivitas yang dilakukan perusahaan dan pengaruhnya bagi masyarakat. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga telah diatur dalam prinsip-prinsip Islam. 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 *financial intermediari* baik bagi individu maupun institusi (Rizkiningsih, 2012) dalam (Rahayu, 2015).

Dua hal yang harus diungkapkan dalam perspektif Islam, yaitu pengungkapan penuh (*full disclosure*) dan akuntabilitas sosial (*social accountability*). Konsep akuntabilitas sosial berhubungan dengan prinsip pengungkapan penuh yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan publik akan suatu informasi. Masyarakat dalam konteks Islam, memiliki hak untuk mengetahui berbagai informasi mengenai aktivitas organisasi. Hal ini dilakukan untuk melihat apakah perusahaan tetap melakukan kegiatannya sesuai dengan syariah dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Haniffa and Hudaib (2002) menyatakan bahwa pengungkapan penuh dalam laporan tahunan atas informasi yang relevan dan reliabel akan membantu investor muslim dalam kedua keputusan, yaitu ekonomi dan relijius, juga membantu manajer dalam memenuhi akuntabilitas mereka terhadap Allah Subhanahu Wa Ta'ala dan masyarakat.

2.4 Islamic Social Reporting (ISR)

Salah satu indeks untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara islami adalah ISR. ISR pertama kali di temukan oleh Haniffa, kemudian dikembangkan oleh Othman *et al* secara spesifik di Malaysia Ahmad (2015). Haniffa (2002) menyatakan bahwa dalam perspektif Islam, pengungkapan terdiri dari dua persyaratan umum, yakni pengungkapan penuh dan sosial akuntabilitas, dimana konsep sosial akuntabilitas berhubungan dengan prinsip pengungkapan penuh yang memiliki tujuan untuk melayani kepentingan publik akan suatu informasi. Baydoun dan Willet (2000) menyatakan bahwa umat atau masyarakat dalam perspektif Islam, memiliki hak untuk mengetahui efek operasional suatu organisasi terhadap kesejahteraan dan hal ini disarankan dalam persyaratan syariah guna mengetahui apakah perusahaan tetap melakukan operasional sesuai syariah dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Standar yang dikeluarkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*), dimana organisasi ini yang mengembangkan akuntansi bagi lembaga keuangan syariah di dunia, 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. Penggunaan ISR menjadi salah satu cara dalam penilaian pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan secara syariah. ISR merupakan gagasan yang pertama kali di ungkapkan oleh Ross Haniffa (2002). ISR adalah perluasan dari pelaporan sosial meliputi harapan masyarakat yang tidak hanya mengenai peran perusahaan dalam perekonomian, namun juga peran perusahaan dalam perspektif spiritual bagi para muslim yang merupakan pengguna laporan tersebut. Selain itu, indeks

ISR menekankan keadilan sosial mengenai lingkungan, hak minoritas, dan karyawan. Haniffa (2002) menyatakan bahwa ISR memiliki tujuan untuk menunjukkan akuntabilitas kepada Allah Ta'ala dan masyarakat, selain itu juga untuk meningkatkan transparansi kegiatan bisnis dengan menyajikan informasi yang relevan dalam pemenuhan kebutuhan spiritual para muslim dalam pembuatan keputusan.

Penggunaan kerangka *Islamic Social Reporting* yang disusun dari beberapa peneliti yang berkaitan dengan penelitian ini. Haniffa (2002) menggunakan lima tema pengungkapan dalam kerangka *Islamic Social Reporting*, yaitu Pendanaan dan Investasi, Produk dan Jasa, Karyawan, Masyarakat, dan Lingkungan Hidup. Othman dan Thani (2010) mengembangkan tema pengungkapan yang digunakan oleh Haniffa dengan menambahkan satu tema pengungkapan yaitu Tata Kelola Perusahaan. Berikut ini adalah enam tema pengungkapan yang digunakan dalam kerangka *Islamic Social Reporting* pada penelitian ini:

1. Pendanaan dan Investasi

(Finance and Investment)

Item pengungkapan pada tema pendanaan dan investasi adalah *interest free* (Riba) dan *speculative free* (*gharar*). Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 278 dan 279 tentang pelarangan riba

“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 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.”

Ayat diatas menjelaskan bahwa ciri orang-orang yang beriman adalah orang-orang yang meninggalkan riba. Allah ta'ala juga melarang kegiatan jual-beli yang mengandung unsur riba, karena sesungguhnya Allah

Subhanahu Wa Ta'ala menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba (Al-Baqarah:275).

Gharar pun juga dilarang dalam Islam. *Gharar* merupakan suatu memberdayakan dalam bentuk harta, kemegahan, syahwat (keinginan), dan lainnya (Soemitra, 2009:37). Salah satu contoh transaksi yang mengandung unsur *gharar* adalah *lease and purchase* (sewa dan beli). Hal ini dikarenakan adanya ke tidak pastian dalam akad yang diikrarkan kedua belah pihak (Widiawati, 2012).

Aspek lain yang diungkapkan dalam perusahaan-perusahaan yang berprinsip syariah, selain riba dan *gharar*, adalah praktik pembayaran zakat. Haniffa (2002) mendefinisikan zakat merupakan pemberian harta tertentu dalam jumlah tertentu yang diwajibkan oleh Allah Subhanahu Wa Ta'ala guna mensucikan harta dan jiwa. Perintah Allah Subhanahu Wa Ta'ala kepada umat-Nya untuk melaksanakan sholat dan menunaikan pembayaran zakat, sebagaimana telah dijelaskan Al-Qur'an dalam surat Al-Baqarah ayat 43.

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

Aspek lainnya yang harus diungkapkan perusahaan mengenai kebijakan penghapusan piutang tak tertagih perusahaan. Islam sangat menganjurkan untuk hidup saling tolong menolong, tak terkecuali pemberian hutang kepada orang yang membutuhkan, namun jika orang yang berhutang tersebut tidak mampu membayar hutangnya, maka berikanlah penangguhan atau penghapusan hutang. Hal ini disebutkan dalam firman Allah Ta'ala dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 280

“Dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesulitan, maka berilah tenggang waktu sampai dia memperoleh kelapangan. Dan

jika kamu menyedekahkan, itu lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui”

Hutang piutang dalam Islam diperbolehkan namun tanpa adanya syarat tambahan dalam pengembaliannya. Kebijakannya Jika dalam hutang piutang tersebut terdapat kendala, salah satu pihak tidak dapat membayar hutang tersebut maka baiknya diberi penangguhan piutang. Akan tetapi penangguhan tersebut harus dengan alasan yang benar, maka itu perusahaan harus mencari tahu sebelumnya alasan mengapa pihak yang berhutang tidak dapat melunasi hutangnya. Walaupun dalam Islam penghapusan piutang diperbolehkan namun hutang menjadi hal yang wajib dibayarkan.

Kebijakan penangguhan dan penghapusan piutang tidak dapat diberikan begitu saja, karena perusahaan harus mencari tahu terlebih dahulu alasan klien mengenai ketidakmampuan debitur untuk melunasi hutangnya (Widiawati, 2012 :33)

Aspek dalam pendanaan dan investasi yang terakhir adalah *value added statement*. *Value added* sebagai nilai yang tercipta dari kegiatan perusahaan dan para karyawan. Sedangkan *value added statement* merupakan pernyataan yang melaporkan tentang perhitungan nilai tambah dan aplikasinya diantara para pemangku kepentingan di perusahaan. Laporan nilai tambah (*value added statement*) sebagai pengganti laporan laba rugi atau sebagai laporan atas neraca dan laporan laba rugi. Usulan ini didasarkan atas pertimbangan bahwa unsur terpenting dalam akuntansi syariah bukanlah kinerja operasional (laba bersih), tetapi kinerja dari sisi pandang para *stakeholders* dan nilai sosial yang dapat didistribusikan secara adil kepada kelompok yang terlibat dengan perusahaan dalam menghasilkan nilai tambah. Berdasarkan penjelasan diatas, tema pendanaan dan investasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *riba*, *gharar*, zakat, kebijakan piutang, dan pernyataan nilai tambah perusahaan.

2. Produk dan Jasa (Product and Service)

Informasi pengungkapan yang termasuk dalam tema produk dan jasa adalah pertanggung jawaban produk barang dan jasa yang diperjualbelikan oleh perusahaan. Perusahaan juga harus melaporkan pertanggungjawaban akan produk dan jasa yang termasuk kategori haram atau dilarang seperti minuman keras, babi, senjata, perjudian, dan hiburan Othman dan Thani (2010:138) karena umat muslim sangat memperhatikan status kehalalan produk atau jasa yang ditawarkan, sehingga harus diungkapkan pada laporan tahunan perusahaan dan diidentifikasi kontribusinya terhadap laba perusahaan (Haniffa, 2002).

Di Indonesia, sertifikasi kehalalan produk dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Berikut ini merupakan firman Allah Subhanahu Wa Ta'ala 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.” (Q.S. Al-Baqarah:173)

“Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang tanduk, dan tercekam binatang buas, kecuali yang sempat kau sembelih. Dan (diharamkan pula) yang disembelih untuk berhala. Dan (diharamkan pula) mengundi nasib dengan azlam(anak panah) (karena) itu perbuatan fasik. Pada hari ini orang-orang kafir telah berputus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka, tetapi takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah Aku sempurnakan agamamu untukmu, dan telah Aku cukupkan nikmat-Ku bagimu, dan telah aku ridhai Islam sebagai agamamu. Tetapi barang siapa terpaksa karena lapar bukan karena ingin berbuat dosa, maka sungguh, Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang.” (Q.S. Al-Maidah: 3)

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

Informasi pengungkapan selanjutnya terkait dengan tema produk dan jasa adalah produk yang ramah lingkungan. Produk dan jasa yang diproduksi oleh perusahaan seharusnya tidak merusak lingkungan alam karena Allah Subhanahu Wa Ta'ala menciptakan bumi beserta isinya untuk manusia agar dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, namun umat manusia tidak boleh merusak alam yang telah diciptakan seperti dalam firman Allah Subhanahu Wa Ta'Ala dalam surat Al-A'raf ayat 56

“Dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah (diciptakan) dengan baik. Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat kepada orang yang berbuat kebaikan”

Salah satu contoh perusakan alam adalah berupa pencemaran lingkungan yang berasal dari kegiatan produksi pabrik yang menyebabkan polusi air, polusi udara, polusi tanah, pemanasan global, pembalakan hutan secara liar, dan lainnya. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan memproduksi barang dan jasa yang ramah lingkungan juga tidak merusak alam atau dapat disebut dengan *green product* (Raditya, 2013:30).

Keamanan dan kualitas dari barang dan jasa yang diproduksi perusahaan menjadi perhatian penting bagi para pemangku kepentingan, terutama konsumen. Barang dan jasa yang memiliki kualitas tinggi dan aman akan meningkatkan kepercayaan dan loyalitas bagi konsumen, sehingga perusahaan harus mengungkapkan kualitas dari produk dan jasa yang dihasilkan dalam laporan perusahaan. Informasi terakhir yang harus diungkapkan dalam tema produk dan jasa adalah pelayanan konsumen. Perusahaan diharapkan tidak hanya memperhatikan barang dan jasa yang dihasilkan saja, namun juga memberikan layanan mengenai keluhan konsumen setelah produk diterima dan digunakan oleh konsumen serta kepuasan pelanggan terhadap produk.

3. Karyawan (*Employee*)

Informasi pengungkapan mengenai tema karyawan adalah pengungkapan perlakuan perusahaan terhadap karyawannya. Haniffa (2002), Othman dan Thani (2010) menjelaskan bahwa masyarakat Islam ingin mengetahui apakah perusahaan berlaku adil dan wajar terhadap para karyawannya melalui informasi-informasi yang diungkapkan oleh perusahaan. Informasi yang diungkapkan mengenai karyawan menurut Haniffa (2002), Othman dan Thani (2010) antara lain upah atau gaji atau remunerasi, jam kerja per hari, hari libur, tunjangan, kesehatan dan keselamatan kerja, pendidikan dan pelatihan karyawan. Othman dan Thani (2010) menambahkan, kesetaraan hak (antara pria dan wanita), lingkungan kerja, keterlibatan karyawan dalam diskusi 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 dibolehkan menjalankan ibadah pada waktu-waktu shalat dan berpuasa saat Ramadhan, dan tempat ibadah yang memadai.

4. Masyarakat (*Society*)

Informasi pengungkapan pada tema masyarakat adalah memberikan informasi mengenai tindakan yang diberikan perusahaan untuk masyarakat. Haniffa (2002) menyebutkan bahwa konsep dasar yang mendasari tema masyarakat adalah *ummah*, *amanah*, dan *'adl*. Konsep tersebut menekankan pada pentingnya untuk saling berbagi dan saling tolong-menolong antar sesama manusia guna meringankan beban orang lain. Pelaksanaan dari sikap saling berbagi dan meringankan beban orang lain dapat berbentuk sedekah, wakaf, dan *qardh hassan* (memberikan pinjaman tanpa keuntungan). Pemberian bantuan oleh perusahaan dan memberi kontribusi kepada masyarakat dengan tujuan hanya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan membantu untuk penyelesaian masalah sosial di masyarakat seperti membantu memberantas buta aksara, memberikan beasiswa, dan lainnya.

Aspek lainnya yang dikembangkan oleh Othman dan Thani (2010) diantaranya adalah sukarelawan dari kalangan karyawan, pemberian beasiswa pendidikan, perekrutan kerja para lulusan sekolah atau kuliah berupa magang, pengembangan generasi muda, peningkatan kualitas hidup bagi masyarakat miskin, kepedulian terhadap anak-anak, kegiatan amal atau sosial, dukungan terhadap kegiatan kesehatan, hiburan, olahraga, budaya, pendidikan, dan agama. Jumlah dan pihak yang menerima bantuan dari perusahaan juga harus diungkapkan secara lengkap dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini juga disebutkan dalam firman Allah Subhanahu Wa Ta'ala surat Al-Baqarah ayat 271

“Jika kamu menampakkan sedekah-sedekahmu, maka itu baik. Dan jika kamu menyembunyikannya dan memberikannya kepada orang-orang fakir, maka itu lebih baik bagimu dan Allah akan menghapus sebagian kesalahan-kesalahanmu. Dan Allah Maha Teliti apa yang kamu kerjakan.”

5. Lingkungan Hidup (*Environment*)

Aspek dalam tema ini mengenai 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 dan Thani, 2010:138). Allah Subhanahu Wa Ta'ala menciptakan bumi beserta isinya agar manusia dapat mengelolanya dengan baik tanpa merusaknya. Hal ini disebutkan dalam Al-Qur'an surat Ar-Ruum ayat 41

“Telah tampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan perbuatan tangan manusia; Allah menghendaki agar mereka merasakan sebagiain dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar).”

Konsep dasar yang mendasari tema lingkungan hidup ini adalah *mizan*, *i'tidal*, *khilafah*, dan *akhirah*. Konsep-konsep tersebut menekankan pada prinsip keseimbangan, kesederhanaan, dan tanggung jawab dalam menjaga lingkungan. Informasi-informasi yang terkait dengan penggunaan sumber daya

alam dan program-program yang digunakan guna melindungi lingkungan harus diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan (Othman dan Thani, 2010:138). Raditya (2012) dalam penelitiannya menyesuaikan kriteria-kriteria dalam pengungkapan lingkungan hidup. Pertama, menggabungkan kriteria konservasi lingkungan dan kegiatan yang dapat membahayakan margasatwa menjadi satu kriteria yaitu konservasi lingkungan karena kedua kriteria tersebut memiliki bentuk nyata yang hampir sama. Kedua, kriteria pengungkapan produk atau proses yang berkaitan dengan lingkungan dihilangkan dari tema lingkungan karena kriteria tersebut dinilai sama dengan kriteria pengungkapan *green product* yang ada pada tema produk dan jasa. Informasi-informasi yang diungkapkan dalam tema lingkungan hidup antara lain konservasi lingkungan hidup, kegiatan guna mengurangi efek pemanasan global (seperti meminimalisasi polusi, pengelolaan limbah, dan lainnya), pendidikan mengenai lingkungan, penggunaan sumber daya alam, audit lingkungan atau pernyataan verifikasi independen, dan sertifikasi lingkungan dari lembaga terkait.

6. Tata Kelola Perusahaan (*Good Governance*)

Perusahaan harus mengungkapkan seluruh kegiatan yang dilarang seperti praktik monopoli, penimbunan barang yang dibutuhkan, manipulasi harga, perjudian, dan segala jenis kegiatan yang melanggar hukum (Sulaiman, 2005 dalam Othman *et al.*, 2009). Kewajiban ini telah ditekankan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 42

“Dan janganlah kamu campur adukkan kebenaran dengan kebatilan dan (janganlah) kamu sembunyikan kebenaran, sedangkan kamu mengetahuinya”

Konsep yang mendasari tema ini adalah konsep khilafah sesuai dengan firman Allah Subhanahu Wa Ta'ala dalam surat Al-Baqarah ayat 30

“Dan (ingatlah) ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat, “Aku hendak menjadikan khalifah di bumi.” Mereka

berkata, “Apakah Engkau hendak menjadikan orang yang merusak dan menumpahkan darah di sana, sedangkan kami bertasbih memuji-Mu?”. Dia berfirman, “Sungguh, Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui.”

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah Subhanahu Wa Ta’ala menjadikan manusia sebagai khalifah di bumi dan mempercayai bahwa manusia untuk menjaga bumi beserta isinya dari kerusakan alam. Hal ini menunjukkan bahwa manusia khususnya pada perusahaan tidak hanya bertanggungjawab kepada para pemangku kepentingan namun yang utama adalah kepada Allah Ta’ala. Munid (2007 : 17-25) menyebutkan terdapat empat prinsip tata kelola perusahaan dalam ekonomi Islam, yaitu:

a. Akuntabilitas (*Accountability*)

Umat muslim mempercayai bahwa segala sesuatu yang dilakukan di dunia pasti dimintai pertanggungjawaban di akhirat kelak, sehingga manusia harus melakukan segala sesuatu sesuai dengan perintah Allah Ta’ala hanya untuk mendapatkan *ridha*-Nya.

b. Transparansi (*Transperancy*)

Konsep dari transparansi terdapat pada Al-Qur’an dalam surat Al-Qur’an ayat 282. Makna tersirat dari ayat tersebut adalah tujuan perusahaan tidak hanya pada nilai-nilai moneter, namun juga kepada masyarakat, sehingga perusahaan harus mengungkapkan informasi-informasi yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan guna mensejahterakan masyarakat. Haniffa (2002) menambahkan bahwa dengan menggunakan konsep transparansi, perusahaan seharusnya mengungkapkan informasi terkait dengan kebijakannya, aktivitas-aktivitas yang dilaksanakan, kontribusi untuk masyarakat, penggunaan sumber daya dan upaya perlindungan lingkungan.

c. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Konsep dari kepercayaan terdapat dalam Al-Qur’an surat Al-Anfal ayat 27. Islam mengajarkan kepada setiap umatnya yang berada dalam perusahaan untuk selalu bertindak etis pada setiap kegiatan-

kegiatan bisnisnya. Pelaku bisnis pun juga harus memanfaatkan dengan sebaik-baiknya titipan yang diamanahkan oleh Allah Ta'ala.

d. Keadilan (*Fairness*)

Prinsip keadilan dalam Islam, mengajarkan kepada manusia untuk selalu berbuat adil dalam menghadapi masalah hukum di bumi.

Tabel 2.1 Pengungkapan Indeks Islamic Social Reporting

	Pokok – Pokok Pengungkapan	Sumber Referensi
A	TEMA PEMBIAYAAN DAN INVESTASI	
1	Kegiatan yang mengandung riba (beban bunga dan pendapatan)	Haniffa (2002), Othman <i>et al.</i> (2009), Dewi (2012)
2	Pengungkapan kegiatan yang mengandung <i>gharar</i> atau tidak (<i>hedging, future non delivery trading/margin trading, arbitrage baik spot atau forward, short selling, pure swap, warrant, dan lainnya</i>)	Haniffa (2002), Haq dan santoso (2016)
3	Zakat	Haniffa (2002), Maali <i>et al.</i> (2006), Othman <i>et al.</i> (2009), Dewi 2012
4	Kebijakan atas keterlambatan pembayaran piutang dan penghapusan piutang tak tertagih	Maali <i>et al.</i> (2006), Othman <i>et al.</i> (2009), Raditya (2012) Dewi (2012)
5	Pernyataan nilai tambah perusahaan (<i>value added statement</i>)	Othman <i>et al.</i> (2009) Dewi (2012)
	PRODUK DAN JASA	
6	Status Kehalalan produk	Haniffa (2002), Othman <i>et al.</i> (2009)
7	Produk atau kegiatan yang ramah lingkungan	Othman <i>et al.</i> (2009)
8	Keamanan dan Kualitas produk	Othman <i>et al.</i> (2009)
9	Penjelasan produk	Haniffa (2002), Haq dan santoso (2016)

10	Pelayanan pelanggan	Othman et al.(2009), Dewi (2012)
11	Survei kepuasan pelanggan	Othman <i>et al.</i> (2009), Haq dan Santoso (2016)
C	KARYAWAN	
12	Jam kerja karyawan	Haniffa (2002), Othman <i>et al.</i> (2009), Raditya (2012) Dewi (2012)
13	Hari libur dan cuti	Haniffa (2002), Othman <i>et al.</i> (2009), Raditya (2012) Dewi (2012)
14	Manfaat lain yang diterima karyawan (Tunjangan Karyawan)	Haniffa (2002), Othman <i>et al.</i> (2009), Raditya (2012) Dewi(2012)
15	Remunerasi/gaji/upah karyawan	Haniffa (2002), Othman <i>et al.</i> (2009), Dewi (2012)
16	Pendidikan dan pelatihan karyawan (pengembangan sumber daya manusia)	Haniffa (2002), Maali <i>et al.</i> (2006),Othman <i>et al.</i> (2009), Dewi (2012)
17	Persamaan kesempatan bagi semua karyawan di setiap level	Maali <i>et al.</i> (2006), Othman <i>et al.</i> (2009), Haq dan Santoso (2016)
18	Kesehatan dan keselamatan kerja	Haniffa (2002), Othman <i>et al.</i> (2009), Raditya (2012)
19	Keterlibatan karyawan dalam diskusi manajemen	Othman <i>et al.</i> (2009), Raditya (2012) Dewi (2012)
20	Lingkungan kerja	Othman <i>et al.</i> (2009), Raditya (2012) Dewi (2012) Haq dan Santoso (2016)
21	Karyawan dari kelompok khusus (kondisi fisik, mantan narapidana, mantan pecandu narkoba)	Othman <i>et al.</i> (2009) Raditya (2012) Dewi (2012)
22	Karyawan tingkat atas melaksanakan ibadah bersama dengan karyawan tingkat menengah dan tingkat bawah	Othman <i>et al.</i> (2009), Raditya (2012), Dewi (2012)

23	Karyawan muslim dibolehkan menjalankan ibadah pada waktu-waktu shalat dan berpuasa saat Ramadhan	Othman <i>et al.</i> (2009), Raditya (2012), Dewi (2012)
24	Tempat ibadah yang memadai bagi karyawan	Othman <i>et al.</i> (2009)
25	Kebijakan <i>reward</i> dan <i>punishment</i>	Othman <i>et al.</i> (2009), Haq dan Santoso (2016)
D	MASYARAKAT	
26	Sedekah, donasi, atau sumbangan	Haniffa (2002), Othman <i>et al.</i> (2009) Raditya (2012)
27	Wakaf	Haniffa (2002), Othman <i>et al.</i> (2009), Raditya (2012) Dewi (2012) Haq dan Santoso (2016)
28	<i>Qardhul Hassan</i> (pinjaman tanpa keuntungan)	Haniffa (2002), Othman <i>et al.</i> (2009) Raditya (2012) Dewi (2012) Haq dan Santoso (2016)
29	Sukarela dari kalangan karyawan	Othman <i>et al.</i> (2009) Raditya (2012) Dewi (2012)
30	Pemberian beasiswa pendidikan	Othman <i>et al.</i> (2009), Raditya (2012) Dewi (2012) Haq dan Santoso (2016)
31	Perekrutan kerja para lulusan sekolah atau kuliah (magang /praktik kerja lapangan)	Othman <i>et al.</i> (2009), Raditya (2012) Dewi (2012)
32	Peningkatan kualitas hidup masyarakat miskin	Othman <i>et al.</i> (2009), Raditya (2012) Dewi (2012)
33	Kepedulian terhadap anak-anak	Othman <i>et al.</i> (2009), Raditya (2012) Dewi (2012)
34	Kegiatan amal atau sosial (bantuan bencana alam, donor darah, Pebangunan atau renovasi masjid dan lainnya)	Othman <i>et al.</i> (2009), Raditya (2012) Haq dan Santoso (2016)
35	Mendukung kegiatan-kegiatan kesehatan, hiburan, olahraga, budaya, pendidikan, dan keagamaan	Othman <i>et al.</i> (2010), Raditya (2012) Dewi (2012)

E	TEMA LINGKUNGAN	
36	Konservasi lingkungan	Haniffa (2002) Othman <i>et al.</i> (2009) Raditya (2012) Dewi (2012) Haq dan Santoso (2016)
37	Kegiatan yang mengurangi efek pemanasan global (meminimalisasi polusi, pengelolaan limbah, dan lainnya)	Othman <i>et al.</i> (2009), Raditya (2012)
38	Pendidikan mengenai lingkungan (kampanye <i>gogreen</i>)	Othman <i>et al.</i> (2009) Raditya (2012) Dewi (2012) Haq dan Santoso (2016)
39	Penggunaan sumber daya	Haniffa (2002) Haq dan Santoso (2016)
40	Audit lingkungan/pernyataan verifikasi independen/penghargaan/sertifikasi dari lembaga	Othman <i>et al.</i> (2009), Haq dan Santoso (2016)
F	TEMA TATA KELOLA PERUSAHAAN	
41	Status kepatuhan syariah	Othman <i>et al.</i> (2009), Raditya (2012) Dewi (2012)
42	Struktur kepemilikan saham	Othman <i>et al.</i> (2009) Raditya (2012) Dewi (2012) Haq dan Santoso (2016)
43	Profil Dewan Direksi dan Kinerja Dewan Komisaris	Othman <i>et al.</i> (2009) Haq dan Santoso (2016)
44	Pengungkapan praktik monopoli usaha atau tidak	Othman <i>et al.</i> (2010), Dewi (2012)
45	Pelaksanaan tugas dan tanggung jawab Dewan Komisaris dan Direksi	Haniffa (2002)
46	Aktivitas yang dilarang: praktik monopoli, penimbunan barang, manipulasi harga, praktik kecurangan bisnis, dan perjudian	Othman <i>et al.</i> (2009) Dewi (2012)
47	Pengungkapan adanya perkara hukum atau tidak	Othman <i>et al.</i> (2009)
48	Penanganan benturan kepentingan	Othman <i>et al.</i> (2009)

49	Kebijakan anti korupsi (<i>code of conduct, whistleblowing system, dan lainnya</i>)	Othman <i>et al.</i> (2009) Raditya (2012)
50	Etika dan budaya perusahaan	Haniffa (2002)

Berdasarkan tabel di atas terdapat tabel pokok – pokok pengungkapan *Indeks Islamic Social Reporting* dengan 50 pengungkapan. Othman dan Thani (2009) menambahkan informasi pengungkapan mengenai kebijakan anti korupsi dalam tema tata kelola perusahaan. Beberapa penyesuaian terkait dengan tata kelola perusahaan pada kriteria pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Pengungkapan pemegang saham muslim, dewan pengurus dan dewan direksi di perusahaan Indonesia tidak dapat diketahui karena tidak adanya informasi mengenai profil agama masing-masing pemegang saham baik di bursa saham maupun pihak perusahaan. Raditya (2012) menambahkan adanya kepatuhan syariah, pelaksanaan tugas dan tanggung jawab dewan komisaris.

2.5 Jakarta Islamic Index

Jakarta Islamic Index merupakan indeks yang terdiri dari 30 saham yang dipilih dari saham-saham yang sesuai syariat islam. JII pertama kali diluncurkan oleh BEI bekerjasama dengan PT.Danareksa Investment Mangement pada tanggal 3 Juli 2000. Meskipun demikian, agar dapat menghasilkan data historikal yang lebih panjang, hari dasar yang digunakan untuk menghitung JII adalah tanggal 2 Januari 1995 dengan angka indeks dasar sebesar 100. Metodologi perhitungan JII sama dengan yang digunakan untuk menghitung IHSG yaitu berdasarkan *Market Value Weighted Average Indeks* dengan menggunakan formula *Lapeyres*. Saham syariah yang menjadi konsituen JII terdiri dari 30 saham yang merupakan saham-saham syariah paling *likuid* dan memiliki kapitalisasi pasar yang besar. BEI melakukan *review* JII setiap 6 bulan, yang disesuaikan dengan periode penerbitan Daftar Efek Syariah (DES) oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Setelah dilakukan penyeleksi saham syariah oleh OJK yang dituangkan kedalam DES, BEI melakukan proses seleksi lanjutan yang didasarkan kepada kinerja

perdagangannya. Adapun proses seleksi JII berdasarkan kinerja perdagangan saham syariah yang dilakukan oleh BEI adalah sebagai berikut:

1. Saham – saham yang dipilih adalah saham – saham syariah yang termasuk ke dalam DES yang diterbitkan oleh OJK.
2. Dari saham – saham syariah tersebut kemudian dipilih 60 saham berdasarkan urutan kapitalisasi terbesar selama 1 tahun terakhir.
3. Dari 60 saham yang mempunyai kapitalisasi terbesar tersebut kemudian dipilih 30 saham berdasarkan tingkat likuiditas yang urutan nilai transaksi tersebar dipasar reguler selama 1 tahun terakhir. (www.idx.go.id)

Saham-saham JII mempunyai struktur modal yang sehat dan tidak terbebani bunga hutang berlebihan, dengan kata lain *debt-to equity* rasionya masih proposional. Seperti indeks saham lainnya, indeks JII bersifat dinamis dalam arti secara periodik di *update* agar senantiasa responsif dengan pergerakan pasar dan sesuai dengan syariah (Rahayu, 2015).

2.6 Tipe Industri

Industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Hasil industri tidak hanya berupa barang, tetapi juga dalam bentuk jasa. 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 bertipe *high profile* dalam melakukan aktifitasnya banyak memodifikasi lingkungan, memiliki tingkat resiko politik yang tinggi serta menimbulkan dampak sosial yang negatif terhadap masyarakat. Adapun klasifikasi perusahaan *high profile* antara lain perusahaan perminyakan, pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi (listrik), *engineering*, kesehatan, transportasi, dan pariwisata. Sedangkan yang bertipe *low profile* perusahaan ini memiliki tingkat

resiko politik, dan tingkat kompetisi yang rendah, sehingga aktivitasnya tidak terlalu mendapat sorotan dari masyarakat luas, perusahaan tersebut antara lain bangunan, keuangan, dan perbankan, *supplier* peralatan medis, properti, retail, tekstil dan produk tekstil, produk personal, produk rumah tangga. Tipe Industri dalam penelitian ini merujuk pada pengklasifikasian menurut jenis usaha yang dijalankan, tabel dibawah ini merupakan klasifikasi tipe industri berdasarkan Bursa Efek Indonesia (BEI) Widiawati (2012).

Tabel 2.2 Klasifikasi Tipe Industri Berdasarkan BEI.

A.	Sektor Utama
	1. Pertanian dan perkebunan
	2. Pertambangan
B.	Sektor Kedua
	3. Industri Dasar dan Kimia
	4. Aneka Industri
	5. Industri Barang dan Konsumsi
C.	Sektor Ketiga
	6. Properti, Real Estate, dan Konstruksi Bangunan
	7. Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi
	8. Keuangan
	9. Perdagangan, Jasa, dan Investasi

Sumber : Bursa Efek Indonesia 2017

2.7 Profitabilitas

Tujuan akhir yang ingin dicapai perusahaan adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal. Karena dengan memperoleh laba yang maksimal sesuai yang telah ditargetkan, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan pemilik, karyawan, serta meningkatkan mutu produk dan melakukan investasi baru. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, semakin besar

pengungkapan pertanggung jawaban sosial yang dilakukan perusahaan. Dalam perspektif Islam, perusahaan harus bersedia untuk memberikan pengungkapan penuh tanpa melihat apakah perusahaan memberikan keuntungan atau tidak. Dalam mengukur tingkat profitabilitas ada beberapa rasio yang digunakan diantaranya :

a.) *Gross Profit Margin* (Margin Laba Kotor)

Rasio yang menunjukkan kemampuan penjualan dalam menghasilkan laba kotor. Sehingga bisa diketahui tingkat penjualan yang berhasil dilakukan akan memberikan tingkat pendapatan yang berupa laba kotor.

Rumusnya :

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

b.) *Net Profit Margin* (Margin Laba Bersih)

Rasio yang menunjukkan penjualan dalam menghasilkan laba bersih.

Rumusnya :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

c.) *Return On Asset* (Pengembalian Atas Asset)

Rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan netto.

Rumusnya :

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

d.) *Return On Equity* (Pengembalian atas Ekuitas)

Rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan bagi seluruh pemegang saham, baik saham biasa maupun saham preferen.

Rumusnya :

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

Profitabilitas dalam penelitian ini diukur menggunakan ROA karena dapat menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan dalam menghasilkan *income* dari pengelolaan asset yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Semakin tinggi rasio ini maka semakin efektif penggunaan aktiva tersebut.

2.8 Ukuran Perusahaan

Menurut Siregar dan Utama (2005) ukuran perusahaan berkaitan dengan informasi yang disediakan untuk para investornya untuk digunakan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan investasi pada perusahaan. Sehingga semakin besar perusahaan tersebut maka semakin besar juga perusahaan tersebut untuk menyediakan informasi bagi para investornya.

Menurut Ibrahim (2008) ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana klasifikasi besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total

aktiva, penjualan, *log size*, nilai pasar saham, kapitalisasi pasar, dan lain-lain. Semakin besar total aktiva, penjualan, *log size*, nilai pasar saham, dan kapitalisasi pasar maka akan semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Pada dasarnya ukuran perusahaan terbagi menjadi tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), dan perusahaan kecil (*small firm*)

Dela (2014) menyatakan ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai perbandingan besar atau kecilnya usaha perusahaan dalam melakukan bisnisnya yang dapat diukur dengan total aktiva, jumlah penjualan dan rata-rata total aktiva. Semakin besar aktiva suatu perusahaan, maka akan semakin besar pula modal yang ditanam, semakin besar total penjualan suatu perusahaan maka akan semakin banyak juga perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar, maka perusahaan akan semakin besar dikenal oleh masyarakat (Hilmi dan Ali, 2008 dalam Dela, 2014). Variable ukuran perusahaan diukur dengan logaritma Natural (Ln) dari tiap aktiva. Total aktiva dipilih sebagai proksi ukuran perusahaan karena nilai aktiva relatif lebih stabil dibandingkan dengan nilai *market capitalized* dan penjualan (Wuryatiningsih, 2002 dalam Sudarmadji, 2007; Dela, 2014).

2.9 Hubungan Antar Variabel

Peneliti mengidentifikasi hubungan antar variabel pada penelitian ini berdasarkan landasan teori yang telah dijabarkan sebelumnya. Beberapa variabel independen yang terdiri dari tipe industri, profitabilitas, dan ukuran perusahaan dianggap mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan prinsip yang ada dalam Al-Qur-an dan Sunnah disebut *Islamic Social Reporting* (ISR). Pertama, mengidentifikasi hubungan antara tipe industri terhadap pengungkapan ISR. Tipe industri terbagi menjadi dua, yaitu industri yang *high-profile* dan industri *low-profile*. Karina dan Yuyetta (2013) 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 umumnya lebih sensitif terhadap tipe industri ini karena kelalaian perusahaan dalam pengamanan

proses produksi dan hasil produksi dapat membawa akibat yang buruk bagi masyarakat. Berbeda dengan *low profile* yang tingkat tidak terlalu mendapat sorotan dari masyarakat luas mengenai aktivitas perusahaannya.

Kedua, mengidentifikasi pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan ISR. Profitabilitas yang diperoleh oleh perusahaan juga mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial. Semakin tinggi profitabilitas yang yang dihasilkan, maka tanggung jawab sosial perusahaan harus terus ditingkat guna meningkatkan kepercayaan para pemangku kepentingan perusahaan. Pemangku kepentingan perusahaan tidak hanya di dalam perusahaan, namun juga di luar perusahaan, yaitu masyarakat.

Ketiga, mengidentifikasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan ISR. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin banyak modal yang ditanamkan sehingga sumber daya dan dana yang besar dalam perusahaan cenderung memiliki permintaan yang lebih luas akan informasi pelaporan perusahaannya (Maulidia 2014).

2.10 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat dan pernyataan. Pengembangan hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

2.10.1 Tipe industri

Industri yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu industri yang *high-profile* dan *low-profile*. Pengklasifikasian perusahaan yang termasuk dalam industri *high profile* antara lain perusahaan perminyakan, pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi (listrik), *engineering*, kesehatan, transportasi, dan pariwisata. Sedangkan *low profile* antara lain bangunan, keuangan, dan perbankan, *supplier* peralatan medis, properti, retail, tekstil dan produk tekstil, produk personal, produk rumah tangga. Tipe

industri yang *high-profile* mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial lebih banyak dibandingkan perusahaan yang termasuk dalam industri *low-profile*. Hal serupa juga telah dibuktikan oleh Putri, (2013) dan Widiawati, (2012) membuktikan bahwa tipe industri *high profile* mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan. Sedangkan menurut Othman *et al* (2009), menunjukkan bahwa tipe industri tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan ISR. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah

H₁ : Tipe industri memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan ISR

2.10.2 Profitabilitas (*Return On Asset*)

Dari perspektif Islam, sebuah perusahaan harus bersedia untuk memberikan pengungkapan penuh terlepas apakah itu membuat keuntungan atau sebaliknya Haniffa (2002). Namun, Janggu (2004) dalam Widiawati(2012:41) berpendapat bahwa perusahaan dengan profitabilitas yang lebih tinggi akan cenderung mengungkapkan informasi lebih dibandingkan dengan perusahaan dengan profitabilitas yang rendah. Profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan berbagai macam cara, seperti dengan menggunakan ROA, ROE, laba per saham, deviden dalam suatu periode, margin keuntungan, tingkat pengembalian, dan lainnya.

Haniffa dan Cooke (2005) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat pengungkapan wajib dan sukarela secara spesifik terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR), penelitian Othman *et al.*(2009), Indraswari dan Astika (2015) membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap tingkat penungkapan tanggungjawab sosial. Sedangkan menurut Karina dan Yuyetta (2013) juga Rahayu dan Anisyukurlillah (2015) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial.

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah

H₂ : *Return On Asset* berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan ISR

2.10.3 Ukuran Perusahaan

Menurut Othman (2009) perusahaan dengan *size* yang besar sudah tentu perusahaan tersebut merupakan perusahaan besar. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin banyak modal yang ditanamkan sehingga sumber daya dan dana yang besar dalam perusahaan cenderung memiliki permintaan yang lebih luas akan informasi pelaporan perusahaannya (Maulida 2014). Othman (2009) menyatakan perusahaan besar yang diukur dengan total *assets* akan menyediakan pengungkapan yang lebih tinggi untuk menunjukkan keberadaan perusahaan yang telah melakukan tanggung jawab sosialnya. Dalam penelitian yang dilakukan Rahayu dan Anisyukurlillah (2015), dan Putri, (2013) menyatakan adanya pengaruh yang signifikan ukuran perusahaan atas pengungkapan tanggungjawab sosial. Sebaliknya Karina dan Yuyetta (2013) tidak menemukan adanya hubungan yang positif antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₃ : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan ISR.

2.11 Kerangka Konseptual Penelitian

Ada beberapa faktor yang dianggap dapat mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) pada laporan tahunan perusahaan yang terdaftar dalam Jakarta Islamic Index (JII). Hal ini menjadikan faktor-faktor tersebut menjadi variabel independen yang akan diteliti hubungannya dengan pengungkapan *Islamic Social Reporting* sebagai variabel dependen. Variabel independen tersebut adalah tipe industri, profitabilitas, dan ukuran perusahaan.

Berikut ini merupakan kerangka konseptual penelitian dasarkan variabel-variabel yang akan diteliti sebagai berikut :

Gambar 2.1 Hubungan antar Variabel

