

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Teori Legitimasi**

Teori legitimasi menjelaskan kontrak sosial suatu organisasi dan masyarakat. Legitimasi dari masyarakat penting bagi keberadaan dan perkembangan perusahaan di masa depan. Hal itu, dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Hadi, 2011). Menurut teori ini, perusahaan akan melakukan aktivitas berupa tanggung jawab social dikarenakan adanya tekanan sosial, politik dan ekonomi dari luar perusahaan, sehingga perusahaan akan menyeimbangkan tuntutan tersebut dengan melakukan apa yang diinginkan oleh masyarakat dan apa yang diharuskan oleh peraturan (Deegan, Rankin, & Tobin, 2002).

(Faricha, 2015) menyebutkan legitimasi memandang bahwa perusahaan dan komunitas sekitarnya memiliki suatu relasi sosial yang erat karena keduanya terikat dalam suatu kontrak sosial. Perusahaan memiliki kewajiban kepada masyarakat untuk memberi suatu yang bermanfaat kepada masyarakat. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan cara memenuhi dan mematuhi aturan dan norma yang berlaku di masyarakat. Pelaksanaan tanggung jawab social merupakan salah satu langkah untuk mewujudkan kewajiban sosial yang bermanfaat bagi masyarakat di sekitar perusahaan beroperasi. (Deegan et al., 2002) menyatakan legitimasi dapat diperoleh saat terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Ketika terjadi pergeseran yang menuju ketidaksesuaian, maka pada saat itu legitimasi perusahaan dapat terancam. Dengan melakukan ISR masyarakat dapat menilai bahwa keberadaan perusahaan di sekitar mereka memiliki manfaat yang baik sehingga mereka akan menerima adanya perusahaan tersebut. Pelaksanaan ISR yang baik akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kinerja Perusahaan.

## 2.2 Pengungkapan (*Disclosure*)

Kata *disclosure* memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan (Ghozali, Imam, & Chairiri, 2007:377). Pengertian pengungkapan dalam (Evans & Thomas G., 2003:334) berarti memberikan informasi dalam laporan keuangan, termasuk laporan sendiri, catatan atas laporan keuangan, dan pengungkapan tambahan yang terkait dengan laporan. Apabila dikaitkan dengan pengungkapan informasi, maka pengungkapan tersebut harus cukup memberikan informasi bagi pihak yang berkepentingan dan mewakili keadaan yang sesungguhnya. Terdapat tiga konsep dalam pengungkapan (Evans & Thomas G., 2003), yaitu:

- a. Pengungkapan yang cukup (*adequate disclosure*), merupakan pengungkapan minimal yang harus dilakukan agar laporan keuangan tidak menyesatkan.
- b. Pengungkapan wajar (*fair disclosure*), dilakukan agar dapat memberikan perlakuan sama yang bersifat umum bagi semua pengguna laporan keuangan.
- c. Pengungkapan lengkap (*full disclosure*), mensyaratkan perlunya penyajian semua informasi yang relevan dengan pengambilan keputusan.

Pengungkapan dalam laporan keuangan dapat berupa penjelasan mengenai kebijakan akuntansi yang dilakukan oleh perusahaan, metode pencatatan dan perhitungan persediaan, metode perhitungan penyusutan, dan jumlah saham perusahaan yang beredar. (Baydoun & Willett, 2000) mengemukakan bahwa dari perspektif pelaporan perusahaan, dua prinsip penting yang mendasari konsep akuntabilitas dalam Islam yaitu, prinsip pengungkapan penuh dan konsep akuntabilitas sosial. Adapun jenis pengungkapan yang digunakan perusahaan untuk memberikan informasi kepada *stakeholders*, yaitu:

a. Pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*)

Pengungkapan ini merupakan pengungkapan informasi yang diharuskan oleh peraturan yang berlaku dan dikeluarkan oleh Bapepam, keputusan ini adalah keputusan Ketua Bapepam No. KEP-38/PM/1996 mengenai laporan tahunan bahwa yang dimaksud dengan pengungkapan wajib adalah meliputi semua pengungkapan informasi dalam laporan keuangan. Kemudian peraturan ini direvisi dalam Peraturan Bapepam No. KEP-134/BL/2006 dan Ikatan Akuntansi Indonesia.

b. Pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*)

Pengungkapan sukarela adalah pengungkapan informasi yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh peraturan yang berlaku atau pengungkapan melebihi yang diwajibkan. Tingkat persaingan yang tinggi dengan kompetitor merupakan salah satu faktor pendorong bagi perusahaan untuk mengungkapkan suatu informasi secara sukarela. Dengan melakukan pengungkapan sukarela, diharapkan dapat menambah nilai dan meningkatkan kepercayaan dari investor dan pemangku kepentingan lainnya untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut.

### **2.3 Teori Agensi**

agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Sehingga terjadi konflik kepentingan antara pemilik dan agen karena kemungkinan agen tidak selalu berbuat sesuai dengan kepentingan prinsipal, sehingga memicu biaya keagenan (*agency cost*). Pemegang saham sebagai prinsipal diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan. Sedang para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dan syarat-syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut. Dalam hubungan agensi tersebut, terdapat 3 faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu biaya pengawasan (*monitoring costs*), biaya kontrak (*contracting costs*), dan visibilitas politis.

Perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab social dengan tujuan untuk membangun image pada perusahaan dan mendapatkan

perhatian dari masyarakat. Perusahaan memerlukan biaya dalam rangka untuk memberikan informasi pertanggungjawaban sosial, sehingga laba yang dilaporkan dalam tahun berjalan menjadi lebih rendah. Ketika perusahaan menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah dan visibilitas politis yang tinggi akan cenderung untuk mengungkapkan informasi pertanggungjawaban sosial. Jadi pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial berhubungan positif dengan kinerja sosial, kinerja ekonomi dan visibilitas politis dan berhubungan negatif dengan biaya kontrak dan pengawasan (biaya keagenan), (Belkaoui dan Karpik, 1989 dalam Anggraini, 2006).

Berdasarkan teori agensi, perusahaan yang menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah cenderung akan melaporkan laba bersih rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen (salah satunya biaya yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat). Kemudian, sebagai wujud pertanggungjawaban, manajer sebagai agen akan berusaha memenuhi seluruh keinginan pihak prinsipal, dalam hal ini adalah pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan.

Berbagai macam teori-teori yang mengungkapkan mengenai tanggungjawab sosial perusahaan masing-masing mempunyai sudut pandang yang berbeda-beda berdasarkan konsep yang mendasarinya atau yang konteks sedang dibicarakan. Akan tetapi pada dasarnya teori-teori membahas hubungan antara perusahaan dengan pihak intern maupun ekstern perusahaan, mempelajari nilai-nilai perusahaan dengan nilai-nilai sosialnya.

#### **2.4 Teori Stakeholder**

Pengungkapan sosial mulai menjadi bahan pertimbangan bagi para investor untuk berinvestasi di suatu perusahaan. Investor perlu mengetahui tanggung jawab sosial perusahaan guna menghindari dampak yang timbul di kemudian hari sebagai akibat kurangnya tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan di sekitarnya. Teori stakeholders menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya

beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun juga harus memberi manfaat bagi para stakeholders (pemegang saham, kreditur, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain) (Widiawati, 2012). Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa teori stakeholders menjelaskan tentang perusahaan sebagai sebuah entitas yang dalam menjalankan aktivitasnya tidak hanya untuk kepentingan perusahaannya saja melainkan juga harus memberikan manfaat kepada para pemangku kepentingan perusahaan tersebut, seperti: manajer, karyawan, konsumen, pemasok, investor, kreditur, pemerintah, shareholders, serta masyarakat sekitar perusahaan. Adapun kategori stakeholders menurut Rhenald Kasali (Putri, 2014), yaitu sebagai berikut:

- 1) Stakeholders internal dan stakeholders eksternal Stakeholders internal adalah para pemangku kepentingan yang berada di dalam lingkungan organisasi (manajer, karyawan, pemegang saham). Sedangkan stakeholders eksternal ialah para pemangku kepentingan yang berada di luar lingkungan (supplier, kreditur, investor, konsumen, analis, pemerintah, pers, masyarakat dan sebagainya).
- 2) Stakeholders primer, stakeholders sekunder, dan stakeholders marjinal Stakeholders primer ialah stakeholders yang paling mampu, selanjutnya stakeholders yang kurang mampu adalah stakeholders sekunder. Sedangkan stakeholders marjinal adalah stakeholders yang biasa diabaikan. Urutan prioritas ini bagi setiap perusahaan berbeda-beda, meskipun produk atau jasanya sama dan dapat berubah-ubah dari waktu ke waktu.
- 3) Stakeholders tradisional dan stakeholders masa depan Stakeholders tradisional dapat diartikan stakeholders yang sudah berhubungan dengan organisasi saat ini. Stakeholders tradisional ini meliputi karyawan dan konsumen. Sedangkan stakeholders masa depan merupakan stakeholders pada masa depan yang diperkirakan dapat memberikan pengaruhnya bagi organisasi seperti konsumen potensial, peneliti.
- 4) Proponents, opponents, dan uncommitted (pendukung, penentang, dan yang tidak peduli). Di antara stakeholders ada kelompok yang memihak organisasi

(proponents), menentang organisasi (opponents) dan yang tidak peduli atau abai (uncommitted). Organisasi perlu untuk mengenal stakeholders yang berbeda-beda ini, agar dengan jernih dapat melihat permasalahan, menyusun rencana dan strategi untuk melakukan tindakan yang proporsional.

- 5) Silent majority dan vocal minority (pasif dan aktif) Aktivitas stakeholders dalam melakukan komplain atau mendukung perusahaan, tentu ada yang menyatakan penentangan atau dukungannya secara vocal (aktif) namun ada juga pihak yang menyatakan secara silent (pasif).

Selain kategori stakeholders tersebut, stakeholders dapat dikelompokkan berdasarkan karakteristik pengorganisasiannya (Azheri, 2011:115), yaitu

- a) Stakeholders publik yang tidak terorganisasi, yaitu stakeholders individu yang tidak dapat diwakili oleh pihak lain, masyarakat, tokoh masyarakat, pengamat, dan sebagainya.
- b) Stakeholders publik yang terorganisasi yaitu stakeholders yang terhimpun dalam suatu organisasi atau kelompok tertentu, dimana pimpinan atau anggota yang ditunjuk dapat mewakili organisasinya memberi pandangan dan sikap dalam proses pengambilan dan implementasi suatu keputusan.
- c) Stakeholders yang terorganisasi secara semu, yaitu stakeholders yang memiliki organisasi atau kelompok tertentu, tetapi tidak memiliki perwakilan dalam pengambilan keputusan. Pimpinan dan anggota diberi kebebasan bersikap dan berpandangan sehingga biasanya anggotanya tidak bisa bertindak atas nama organisasi. Misalnya, beberapa organisasi informal di masyarakat, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), dan sebagainya.

Teori stakeholders merupakan salah satu teori yang mendasari pengungkapan sosial. Teori stakeholders dapat mendeskripsikan faktor Islamic Social Reporting (ISR) dalam penelitian ini. Teori stakeholders menyatakan bahwa operasi perusahaan tidak hanya untuk kepentingan perusahaan itu sendiri, tetapi juga untuk kepentingan pihak lain seperti stakeholders dan masyarakat. Diharapkan melalui

teori stakeholders ini, pihak manajemen perusahaan akan memasukkan nilai-nilai moralitas dalam setiap perencanaan dan pengambilan keputusan yang berkaitan dengan aktivitas usahanya.

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

*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya (Fauziah & Yudho, 2013), sedangkan dalam (Hadi, 2011:48), *Corporate Social Responsibility* (CSR) didefinisikan sebagai satu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas. Tujuan utama perusahaan dalam menjalankan seluruh kegiatan operasinya adalah untuk menghasilkan keuntungan maksimal. Namun, dalam hal ini, perusahaan tidak bisa mengabaikan keberadaan lingkungan di sekitar perusahaan. Pelaksanaan CSR merupakan salah satu bentuk kepedulian perusahaan kepada masyarakat. Beberapa manfaat yang akan diterima dari pelaksanaan CSR (Fauziah & Yudho, 2013), di antaranya:

1. Bagi perusahaan. Perusahaan yang melakukan CRS akan memperoleh empat manfaat, yaitu: keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra yang positif dari masyarakat luas, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal (*capital*), perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas; dan perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*).
2. Bagi masyarakat. Praktik CSR yang baik akan meningkatkan nilai-tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap

akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja. Jika terdapat masyarakat adat atau masyarakat lokal, praktik CSR akan menghargai keberadaan tradisi dan budaya lokal tersebut.

3. Bagi lingkungan. Praktik CSR akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan justru perusahaan terlibat mempengaruhi lingkungannya.
4. Bagi Negara. Praktik CSR yang baik akan mencegah apa yang disebut *corporate misconduct* atau malpraktik bisnis seperti penyuapan pada aparat negara atau aparat hukum yang memicu tingginya korupsi. Selain itu, negara akan menikmati pendapatan dari pajak yang wajar (yang tidak digelapkan) oleh perusahaan.

### **2.6 Islamic Social Reporting (ISR)**

Social reporting adalah perluasan dari sistem pelaporan keuangan yang merefleksikan perkiraan yang baru dan yang lebih luas dari masyarakat sehubungan dengan peran komunitas bisnis dalam perekonomian (R. Haniffa, 2002). Dalam (Maali, Casson, & Napier, 2006) mengatakan bahwa mengidentifikasi tanggung jawab sebuah organisasi merupakan suatu masalah karena tanggung jawab terus berubah-ubah setiap waktu.

Ada beberapa hal yang penting dalam social reporting menurut perspektif Islam yaitu pemahaman mengenai akuntabilitas, keadilan sosial dan kepemilikan sosial. Ketiga hal ini sangat erat kaitannya dengan hubungan sosial diantara manusia. Islam menunjukkan bahwa akuntabilitas amat dipengaruhi oleh hubungan antara individu dan perusahaan dengan Allah SWT. Hal ini berdasarkan konsep dasar Islam yaitu tauhid (ke Esaan Allah SWT).

Menurut konsep ini, pencipta dari segala sesuatu itu hanya Allah swt semata dan segala sesuatu berasal dari Allah SWT. Adanya konsep keesaan Allah SWT ini menegaskan bahwa dalam Islam segala sesuatu harus dipertanggung jawabkan hanya kepada Allah SWT dan segala sesuatu yang dilakukan harus sesuai dengan



perintah-Nya. Oleh sebab itu, seorang muslim melakukan kegiatan sosial dan membuat laporannya bukan untuk keuntungan finansial semata melainkan untuk tujuan yang lebih utama yaitu mendapatkan ridho Allah SWT. Keadilan sosial juga merupakan hal yang penting dalam ISR. Keadilan yang dimaksud disini adalah berlaku adil kepada siapa pun karena sesama muslim adalah saudara. Selain itu juga seorang muslim tidak boleh melakukan eksploitasi dan tindakan yang dapat merugikan sesama.

Oleh sebab itu konsep keadilan sosial dalam kegiatan bisnis Islam termasuk keadilan kepada karyawan, pelanggan dan seluruh anggota masyarakat dimana kegiatan bisnis tersebut beroperasi. Hal terakhir yang juga penting dalam ISR yaitu konsep mengenai kepemilikan. Islam mengakui adanya kepemilikan individu, namun perlu diketahui bahwa kepemilikan tersebut bukan kepemilikan yang absolut karena segala sesuatu di dunia ini adalah milik Allah SWT. Al-Qur'an juga menjelaskan bahwa keutamaan dari suatu kepemilikan adalah untuk mencapai kesejahteraan bersama bukan hanya untuk kepentingan pribadi. Oleh sebab itu setiap pemilik bertanggung jawab untuk menggunakan sumber daya yang dimilikinya sesuai dengan perintah Allah SWT dan bertujuan untuk memberi manfaat kepada umat.

Berikut adalah enam tema pengungkapan dalam kerangka Islamic Social Reporting yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

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

Informasi yang diungkapkan dalam tema pendanaan dan investasi antara lain *interest-free (riba)* dan *speculative-free (gharar)*. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 278-279, kegiatan yang mengandung riba dan gharar dilarang (haram) dalam Islam (Othman & Thani, 2010). Ayat di atas menjelaskan bahwa salah satu ciri orang-orang beriman adalah orang-orang yang meninggalkan riba dalam kegiatan bisnisnya karena sesungguhnya Allah SWT telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Sama halnya dengan riba, gharar pun dilarang dalam Islam. Gharar merupakan ketidakpastian yang terjadi

akibat incomplete information dalam lima hal, yakni dalam kuantitas, kualitas, harga, waktu penyerahan, dan akad.

Selain riba dan gharar, aspek lain yang harus diungkapkan oleh perusahaan-perusahaan yang sesuai dengan prinsip syariah adalah praktik pembayaran zakat. Zakat merupakan kewajiban bagi seluruh umat Muslim atas harta benda yang dimiliki ketika mencapai nisab.

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.

**Tabel 2.1**  
**Penjelasan Item-Item *Islamic Social Reporting Index* (indeks ISR)**

Items of Disclosure		Pengertian
<b>Finance and Investment Theme (Aktivitas yang mengandung riba)</b>		
1	Riba Activities	Aktivitas yang mengandung riba
2	Gharar	Gharar adalah sifat memastikan adanya ketidakpastian, yang dilarang dalam islam
3	Zakat	Adanya pendistribusian zakat oleh pihak bank, baik itu dari nasabah maupun dari bank itu sendiri
4	Late Repayments and Insolvent Clients/Bad Debts written-off	Kebijakan dalam mengatasi keterlambatan pembayaran oleh insolvent clients
5	Current Value Balance Sheet	CVBS sebagai pengganti Balance Sheet
6	Value Added Statement	VAS sebagai pengganti Income Statement

## 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 (Wirosa,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.

**Table 2.2**

<b>Item Disclosure</b>		<b>Pengertian</b>
<b>Product and Service Theme (Produk dan Jasa)</b>		
7	Green product	Produk ramah lingkungan. Dalam konteks perbankan, bisnis hijau dipersepsikan dengan penyaluran kredit yang ramah lingkungan atau dikenal dengan istilah kredit hijau (green lending). Kredit hijau dapat diartikan sebagai fasilitas pinjaman dari lembaga keuangan kepada debitor yang bergerak di sektor bisnis yang tidak berdampak pada penurunan kualitas lingkungan maupun kondisi sosial masyarakat
8	Halal status of product	Halal Haram menunjukkan apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan sebagai seorang Muslim
9	product safety and quality	Kualitas dan keamanan produk. Kualitas produk dari awal, misalhnya bahannya terbuat dari apa, bagaimana proses pembuatannya, dijual harga berapa, bagaimana kekuatan produk dipasaran, style, ada tidaknya layanan purnajual (garansi, service berkala gratis). dibank, produk perbankan bisa berupa penjelasan akurat tentang produk mereka
10	customer complaints	pengaduan nasabah

### 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.

**Tabel 2.3**

<b>Items of Disclosure</b>		<b>Pengertian</b>
<b>Employees Theme (Karyawan/Tenaga Kerja)</b>		
11	Nature of work	Sifat pekerjaan, jam kerja per hari, cuti kesehatan, tahunan, dan kesejahteraan, gaji, dan lain-lain
12	Education and training	Pendidikan dan pelatihan karyawan perbankan syariah
13	Equal opportunities	Kesempatan yang sama, tidak memandang siapa dia, yang penting kalau kerjanya baik, maka dia dapat diterima dan bekerja diperusahaan tersebut.
14	Employee involvement	Keterlibatan karyawan dalam suatu pekerjaan. Misalnya : mengambil keputusan di perusahaan saham harus meminta pendapat/persetujuan dari pemegang saham yang lain, yang notabene banyak pemegang sahamnya.
15	Health and safety	Kesehatan dan keselamatan karyawan/pekerja
16	Working environment	Lingkungan/suasana pekerjaan

Items of Disclosure		Pengertian
<b>Employees Theme (Karyawan/Tenaga Kerja)</b>		
17	Employment of other special	Pekerjaan khusus lainnya- kelompok tertentu (yaitu cacat, mantan narapidana, mantan pecandu narkoba)
18	Higer echelons perform the congregational prayers	Pejabat tinggi di perusahaan melaksanakan sholat berjamaah dengan manajer tingkat bawah dan menengah.
19	Muslim employees are allowed to perform obligatory	Karyawan muslim diperbolehkan untuk melakukan shalat wajib mereka selama waktu tertentu dan puasa selama bulan Ramadhan pada hari kerja mereka.
20	proper place of worship	Tempat yang layak untuk ibadah bagi karyawan.

#### 4. Masyarakat (*Community*)

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.

**Tabel 2.4**

Items of Disclosure		Pengertian
<b>Society Theme (Sosial/masyarakat)</b>		
21	Shadaqah	Shadaqah ialah segala bentuk nilai kebajikan yang tidak terikat oleh jumlah, waktu dan juga yang tidak terbatas pada materi tetapi juga dapat dalam bentuk non-materi.
22	Waqaf	Waqaf diartikan sebagai penahanan hak milik atas materi benda (al-'ain) untuk tujuan menyedekahkan manfaat atau faedahnya (al- manfa'ah)
23	Qardhul hasan	Benevolence loan, suatu pinjaman yang diberikan atas dasar kewajiban sosial semata, dalam hal ini si peminjam tidak dituntut untuk mengembalikan apapun kecuali pinjaman, sifatnya tidak memberi keuntungan finansial.
24	Employee volunteerism	Karyawan sukarelawan, berkaitan dengan kegiatan sosial, ketika perusahaan tersebut melakukan kegiatan sosial maka secara otomatis karyawannya ikut terlibat dalam kegiatan sosial tersebut.
25	Scholarship	Beasiswa
26	Graduate employment	Lulusan kerja, misalnya dari D3, S1, S2, S3, atau yang lainnya
27	Youth development	Berkaitan dengan pengembangan generasi muda.
28	Underprivileged community	Masyarakat kurang mampu.
29	Children care	Perlindungan atau pemeliharaan anak.



Items of Disclosure		Pengertian
<b>Society Theme (Sosial/masyarakat)</b>		
30	Social activities	Aktivitas sosial, misalnya bantuan bencana alam, penyaluran dana zakat, shadaqah, dan lain-lain.
31	Sponsoring	Mensponsori acara/kegiatan kesehatan masyarakat, proyek rekreasi, olahraga, event budaya, dan lain-lain.

#### 5. Lingkungan (*Environment*)

Islam mengajarkan kepada seluruh umatnya untuk menjaga, memelihara, dan melestarikan bumi beserta isinya. Dengan kata lain, perusahaan tidak seharusnya terlibat dalam aktivitas-aktivitas yang merusak dan membahayakan lingkungan. (R. Haniffa, 2002) menegaskan bahwa penting bagi seluruh makhluk hidup untuk melindungi lingkungan di sekitarnya. Konsep yang mendasari tema lingkungan dalam Islamic Social Reporting adalah mizan, i'tidal, khilafah, dan akhirah. Konsep-konsep tersebut menekankan pada prinsip keseimbangan, kesederhanaan, dan tanggung jawab dalam menjaga lingkungan. Oleh karena itu, informasi-informasi yang berhubungan dengan penggunaan sumber daya dan program-program yang digunakan untuk melindungi lingkungan harus diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan (Othman & Thani, 2010). Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS. Ar-Rum ayat 41.

**Tabel 2.5**

Items of Disclosure		Pengertian
<b>Environment Theme (Lingkungan)</b>		
32	Conservation of environment	Perlindungan atau pemeliharaan alam/lingkungan
33	Endangered wildlife	Berkaitan dengan satwa liar yang terancam punah (margasatwa).
34	Environmental pollutio	Pencemaran lingkungan.
35	Environmental education	Berkaitan dengan pendidikan tentang lingkungan.

Items of Disclosure		Pengertian
<b>Environment Theme (Lingkungan)</b>		
36	Environmental products/process related	Hubungan produk terhadap lingkungan
37	Environmental audit	Audit lingkungan.
38	Enviromental policy	Kebijakan lingkungan.

#### 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).

Tema tata kelola perusahaan dalam ISR merupakan penambahan dari Othman et al (2009) dimana tema ini tidak bisa dipisahkan dari perusahaan guna memastikan pengawasan pada aspek syariah perusahaan. Secara formal corporate governance dapat didefinisikan sebagai sistem hak, proses, dan kontrol secara keseluruhan yang ditetapkan secara internal dan eksternal atas manajemen sebuah entitas bisnis dengan tujuan untuk melindungi kepentingan-kepentingan stakeholder.

Informasi yang diungkapkan dalam tema tata kelola perusahaan adalah status kepatuhan terhadap syariah, rincian nama dan profil direksi, DPS dan komisaris, laporan kinerja komisaris, DPS, dan direksi, kebijakan remunerasi komisaris, DPS, dan direksi, laporan pendapatan dan penggunaan dana non halal, laporan perkara hukum, struktur kepemilikan saham, kebijakan anti korupsi, dan anti terorisme.

Tabel 2.6

Items of Disclosure		Pengertian
<b>Corporate Governance Theme (Tata Kelola Organisasi)</b>		
39	Shariah compliance status	Status kepatuhan syariah, pernyataan dari Dewan Pengawas Syariah
40	Ownership structure	Struktur kepemilikan/pemegang saham.
41	BOD structure	Struktur direksi.
42	Declaration of forbidden activities	Pernyataan kegiatan dilarang, seperti praktek monopoli, penimbunan barang yang dibutuhkan, manipulasi harga, praktik bisnis penipuan, perjudian.
43	Anti-corruption policies	Kebijakan anti-korupsi.

### **2.7 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)***

Konsep tanggung jawab social pada umumnya menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para stakeholders yang terkait dan terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori stakeholder yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya (pemegang saham, kreditor, konsumen, karyawan, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). Perlunya mengkaji mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menjadi penting sejalan dengan teori stakeholder yang telah diuraikan diatas.

Menurut Lang dan Lundholm dalam (Rosmasita, 2007) karakteristik perusahaan dapat merupakan petunjuk prediktor pengungkapan. Setiap perusahaan memiliki karakteristik yang berbeda antara satu entitas dengan entitas lainnya. Karakteristik perusahaan terbagi dalam tiga kategori yaitu variabel struktur, variabel kinerja, dan variabel pasar. Variabel struktur merupakan variabel yang menggambarkan struktur dan tata kelola perusahaan. Struktur perusahaan menjadi hal yang mendasar dalam penetapan suatu kebijakan, termasuk dalam pengungkapan laporan keuangan. Variabel struktur antara lain: ukuran perusahaan, kepemilikan perusahaan. Variabel kinerja merupakan variabel yang berhubungan dengan keuangan perusahaan dan berasal dari kegiatan operasional perusahaan, Variabel kinerja antara lain profitabilitas. Variabel pasar merupakan variabel yang ditentukan oleh faktor-faktor kualitatif. Variabel ini sulit dikontrol oleh perusahaan dan dipengaruhi oleh pihak eksternal.

### **2.7.1 Ukuran Perusahaan**

Besar (ukuran) perusahaan dapat dinyatakan dalam kapitalisasi pasar, total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total aktiva, jumlah tenaga kerja. Dari beberapa variabel tersebut, nilai aktiva relatif lebih stabil dibandingkan yang lainnya dalam mengukur ukuran perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan tingkat identifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan. Menurut UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat 4, usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia. 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 (Aldehita Purnasanti Maulida, Yulianto, & Asrori, 2014).

Perusahaan yang lebih besar memiliki lebih banyak pembiayaan, fasilitas, sumber daya manusia yang lebih banyak untuk dapat melakukan pengungkapan yang lebih sesuai dengan prinsip Islam (Othman et al., 2009). Perusahaan dengan ukuran yang besar memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan pendanaan dari berbagai macam sumber, seperti investor dan kreditur lainnya. Sehingga untuk menarik minat para *stakeholder*, perusahaan yang berukuran lebih besar kemungkinan akan mengungkapkan pelaporan tanggung jawab sosialnya lebih luas agar memperoleh tambahan modal.

### **2.7.2 Profitabilitas**

Profitabilitas dapat digunakan untuk menganalisis kinerja manajemen perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan bagi perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Menurut (Purwanto, 2011), perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan menarik investor institusional untuk melakukan penanaman modal dalam perusahaan tersebut. Apabila perolehan keuntungan perusahaan mencapai maksimal sesuai dengan target yang direncanakan, perusahaan dapat meningkatkan kesejahteraan pemilik, karyawan, serta meningkatkan mutu produk dan melakukan investasi baru (Kasmir, 2013:196).

Perusahaan dengan laba yang lebih besar memiliki lebih banyak kesempatan untuk melakukan aktivitas tanggung jawab sosialnya karena memiliki kecukupan dana untuk melakukannya. Selain itu, perusahaan dengan laba yang lebih besar cenderung akan melakukan pengungkapan laporan tanggung jawab sosialnya lebih banyak. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholders*. *Stakeholders* sebagai pihak yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan berhak mendapatkan informasi mengenai seluruh aktivitas perusahaan yang memiliki nilai dan pengaruh bagi mereka. Tidak hanya pelaksanaan tanggung jawab social saja yang mejadi bahan pertimbangan bagi *stakeholders* untuk mengambil keputusan dalam melakukan investasi maupun keputusan lainnya. Pengungkapan pelaksanaan tanggung jawab social oleh perusahaan juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi *stakeholders*.

Dengan meningkatnya profitabilitas, dapat memotivasi perusahaan untuk mengungkapkan suatu informasi dengan lebih luas dalam laporan tahunan. Perusahaan dengan laba yang lebih besar memiliki lebih banyak kesempatan untuk melakukan aktivitas tanggung jawab sosialnya karena memiliki kecukupan dana untuk melakukannya. Pengungkapan pelaksanaan tanggung jawab sosial oleh perusahaan juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi stakeholders.

Dalam penelitiannya, (Rindawati & Asyik, 2015), menyatakan bahwa profitabilitas tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik, dan dengan laba yang tinggi perusahaan memiliki cukup dana untuk mengumpulkan, mengelompokkan, dan mengolah informasi menjadi lebih bermanfaat serta dapat menyajikan pengungkapan yang lebih luas.

### **2.7.3 Kinerja Lingkungan**

Pemerintah melalui Kementerian Lingkungan hidup membentuk Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) yang telah dilaksanakan sejak tahun 2002 di bidang pengendalian dampak lingkungan untuk meningkatkan peran perusahaan dalam program pelestarian lingkungan hidup. Kinerja lingkungan perusahaan adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (green). Aktivitas-aktivitas perusahaan dalam melaksanakan suatu bentuk tanggung jawab sosial selain melakukan kegiatan operasional perusahaan (Zubaidah (2003) dalam (Latifah, 2012)). Pengukuran kinerja lingkungan dengan melihat prestasi perusahaan dalam mengikuti Program Penilaian Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) yang dilakukan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH).

### **2.7.4 Kepemilikan Institusional**

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan oleh institusi keuangan, seperti perusahaan asuransi, bank, dana pensiun, dan institusi lain. Kepemilikan institusional merupakan jumlah saham yang dimiliki oleh suatu

institusi dalam perusahaan (Safira, 2015). Adanya pemegang saham seperti kepemilikan institusional memiliki arti penting dalam memonitor manajemen. Kepemilikan oleh institusional seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan-perusahaan investasi dan kepemilikan oleh institusi lain akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal. Semakin besar kepemilikan institusional maka semakin baik monitoring yang dilakukan oleh pihak institusional terhadap manajer termasuk monitoring terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (Safira, 2015).

## 2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kinerja Lingkungan, dan Kepemilikan Institutional telah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan biaya utang dan faktor-faktor yang mempengaruhinya :

**Tabel 2.8 Penelitian Terdahulu**

NO.	PENELITI	JUDUL	HASIL
1.	Ratna Aditya Ningrum, Fachrurrozie, dan Prabowo Yudo Jayanto (2013)	Pengaruh Kinerja Keuangan, Kepemilikan Institusional Dan Ukuran Dewan Pengawas Syariah Terhadap Pengungkapan ISR	Hasil penelitian variabel kinerja keuangan, kepemilikan institusional dan ukuran dewan pengawas syariah berpengaruh terhadap pengungkapan islamic social reporting. variabel kepemilikan institusional dan ukuran dewan pengawas syariah berpengaruh terhadap pengungkapan islamic social reporting, sedangkan variabel kinerja keuangan tidak

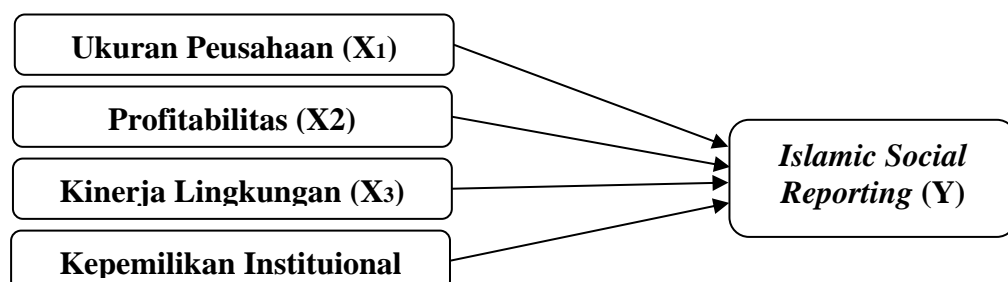
NO.	PENELITI	JUDUL	HASIL
			berpengaruh terhadap pengungkapan islamic social reporting.
2.	Dian Safitri, Hj. Maslichah, Dan M. Cholid Mawardi (2015)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Indonesia Sharia Stock Index (ISSI)	Ukuran Perusahaan Berpengaruh ROA, Komisaris Independen Dan Umur Perusahaan Tidak Berpengaruh
3.	Rifki Nurman (2015)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Indonesia Sharia Stock Index (ISSI)	Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris, Dan Status Perusahaan Berpengaruh Positif Secara Signifikan Terhadap Tingkat Pengungkapan ISR. Sedangkan Porsi Kepemilikan Saham Publik Tidak Memiliki Pengaruh Signifikan Terhadap Tingkat Pengungkapan ISR
4.	Eka Susanti, Puji Nurhayati (2018)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Islamic Social Reporting Perusahaan-Perusahaan Yang Terdaftar Pada Indeks	Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Tidak Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap ISR Di Indonesia. Sedangkan Tipe Industri, Surat Berharga Berpengaruh Secara



NO.	PENELITI	JUDUL	HASIL
		Saham Syariah Indonesia (ISSI) Tahun 2014-2016	Signifikan Terhadap ISR Di Indonesia.
5.	Sakinah Hani Wafiqoh (2018)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Islamic Social Reporting Pada Bank Syariah Di Indonesia	Profitabilitas, Likuiditas, Umur Perusahaan, Dan Dewan Pengawas Syariah, Tidak Berpengaruh Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR). Sedangkan Variabel Ukuran Perusahaan Memiliki Pengaruh Positif Signifikan Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR)
6.	Tantri Puji Rahayu, Agung Budi S. (2018)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Islamic Social Reporting Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta	Kinerja Lingkungan Berpengaruh, Sedangkan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Tidak Berpengaruh Signifikan

## 2.9 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual atau kerangka pikir merupakan model pemikiran tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi. Sebagai dasar untuk merumuskan hipotesis berikut kerangka pikir teoritis yang menunjukkan pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, kinerja lingkungan, dan Kepemilikan Institutional dapat digambarkan sebagai berikut:



## 2.10 Hipotesis Penelitian

### a. Ukuran Perusahaan dan Islamic Social Reporting

(Othman et al., 2009) mengungkapkan bahwa perusahaan yang lebih besar adalah perusahaan yang memiliki sumber daya lebih banyak dari pada perusahaan yang lebih kecil. Maka dari itu, perusahaan yang lebih besar sudah pasti memiliki pembiayaan, fasilitas dan sumber daya manusia yang lebih banyak untuk dapat melakukan pengungkapan yang lebih sesuai dengan prinsip syariah Islam. (Othman et al., 2009) dan (Raditya, 2012) serta pernah melakukan penelitian terkait ukuran perusahaan dan ISR.

Dalam teori agensi berguna untuk mengurangi biaya keagenan yang besar, karena perusahaan besar biaya keagenannya juga besar. Untuk menghadapi risiko politis yang lebih besar yaitu tekanan untuk melakukan pertanggung jawaban sosial dari pada perusahaan kecil. Hasil penelitian (Othman et al., 2009) dan Raditya (2012) sejalan dengan beberapa hasil penelitian sebelumnya bahwa ukuran perusahaan secara positif signifikan mempengaruhi tingkat pengungkapan ISR. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis dalam variable ini adalah:

H1 : Ukuran perusahaan perusahaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

### b. Profitabilitas dan Islamic Social Reporting

Menurut (Aldehita Purnasanti Maulida et al., 2014). Profitabilitas di gunakan menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dan untuk meliha keefektifan manajemen suatu perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Semakin tinggi Profitabilitas berarti semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga mempengaruhi luas pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat menarik minat investor untuk menanamkan modal pada perusahaan tersebut.

Hasil penelitian (Aldehita Purnasanti Maulida et al., 2014), (Firmasnsyah, Irman, & Hariyanto, 2014) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*, Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis dalam variable ini adalah:

H2 : Profitabilitas perusahaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

### c. Kinerja Lingkungan dan Islamic Social Reporting

Kinerja lingkungan merupakan kinerja perusahaan yang menunjukkan kepedulian lingkungan dalam menciptakan lingkungan yang baik. Kinerja lingkungan perusahaan dapat diukur melalui Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). PROPER merupakan salah satu sarana kebijakan yang dikembangkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) dalam rangka mendorong penataan tanggung jawab usaha dan/atau kegiatan terhadap berbagai peraturan perundang-undangan di bidang lingkungan hidup, melalui instrumen informasi dengan melibatkan masyarakat secara aktif.

Keikutsertaan perusahaan dalam PROPER menunjukkan hal yang positif akan kepedulian lingkungan dan sosial perusahaan. Perusahaan yang melakukan kinerja lingkungan dengan baik akan cenderung mengungkapkan kinerja perusahaan dalam tanggung jawab sosial, karena perusahaan menganggap bahwa hal tersebut dapat menarik pelaku pasar dalam hal ini investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan.

Hasil penelitian (Aldehita Purnasanti Maulida et al., 2014) menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kinerja lingkungan dengan pengungkapan *Islamic social reporting*, serta penelitian (Rahayu & Budi S., 2018) yang menunjukkan bahwa tanggung jawab lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis dalam variable ini adalah:

H3 : Kinerja Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

d. Kepemilikan Institusional dan Islamic Social Reporting

Perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar lebih mampu untuk memonitor kinerja manajemen. Investor institusional memiliki power dan experience serta bertanggung jawab dalam menerapkan prinsip good corporate governance untuk melindungi hak dan kepentingan seluruh penegang saham sehingga mereka menuntut perusahaan untuk melakukan komunikasi secara transparan. Dengan demikian, kepemilikan institusional dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas pengungkapan secara sukarela, hal ini berarti kepemilikan institusional dapat mendorong perusahaan untuk meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan Hariyanti, 2012 dalam (Ningrum et al., 2013).

Hasil penelitian (Ningrum et al., 2013) yang menyatakan bahwa Kepemilikan Konstitusional memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis dalam variable ini adalah:

H4 : Kepemilikan Institusional berpengaruh signifikan terhadap tingkat Pengungkapan *Islamic Social Reporting*.