



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PENGUNGKAPAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING* (ISR)  
(Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di  
*Jakarta Islamic Index* (JII) periode 2010-2013)**

**SKRIPSI**

**Oleh**

**Tantri Puji Rahayu  
130810301148**

**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2015**



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PENGUNGKAPAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING* (ISR)  
(Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di  
*Jakarta Islamic Index* (JII) periode 2010-2013)**

**SKRIPSI**

**Oleh**

**Tantri Puji Rahayu  
130810301148**

**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2015**



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PENGUNGKAPAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING* (ISR)  
(Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di  
*Jakarta Islamic Index* (JII) periode 2010-2013)**

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Akuntansi (S1)  
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

**TANTRI PUJI RAHAYU**

**130810301148**

**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2015**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Islamic Social Reporting* Pada Perusahaan yang Terdaftar di *Jakarta Islamic Index* Periode 2010-2013

Nama Mahasiswa : Tantri Puji Rahayu

NIM : 130810301148

Jurusan : S-1 Akuntansi

Tanggal Persetujuan : 06 Mei 2015

Yang Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Achmad Roziq, SE, M.Si, Ak.

NIP. 19700428 199702 1 001

Dr. Agung Budi Sulistiyo, S.E, M.Si

NIP. 197809272001121002

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Akuntansi,

Dr. Muhammad Miqdad, S.E, MM, Ak.

NIP. 197107271995121001

**JUDUL SKRIPSI**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PENGUNGKAPAN ISLAMIC SOCIAL REPORTING PADA  
PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI JAKARTA ISLAMIC INDEX  
PERIODE 2010-2013**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Tantri Puji Rahayu

NIM : 130810301148

Jurusan : Akuntansi

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

**10 Agustus 2015**

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

**Susunan Panitia Penguji**

**Ketua : Indah Purnamawati SE, M.Si, Ak (.....)  
NIP. 19691011199702 2001**

**Sekretaris : Septarina Prita DS, SE, M. Si, Ak. (.....)  
NIP. 19820912200604 2002**

**Anggota : Taufik Kurrohman SE, M.Si, Ak. (.....)  
NIP. 19820723200501 1002**

Mengetahui/Menyetujui  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan,

**Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si  
NIP. 19630614 199002 1 001**

### **PERSEMBAHAN**

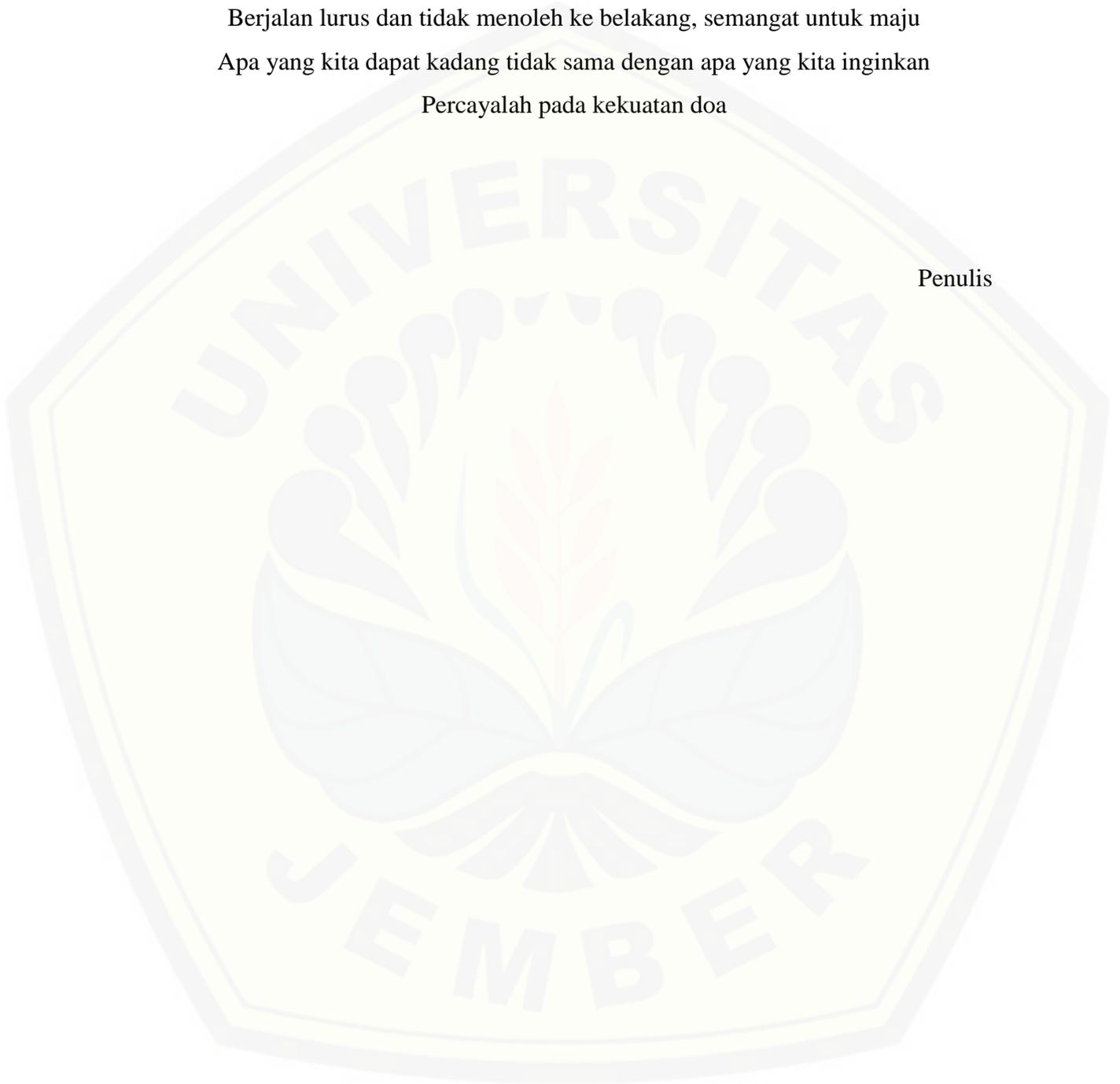
Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ayahanda Agus Suryono dan Ibunda Hardiningsih tercinta, yang selama ini telah merawat dan mendidik saya dengan penuh kasih sayang serta senantiasa memberikan dukungan, doa, dan pengorbanan terbaik untuk anak-anaknya;
2. Kakak Fitria Hariani dan Hari Dwi Astuti serta seluruh keluarga besar yang memberiku semangat dan motivasi dalam kebersamaan
3. Para dosen yang telah memberikan pengajaran terbaiknya;
4. Teman-temanku alih program angkatan 2013 dan orang-orang yang selama ini telah membantu mendo'akan dan memberikan dukungan semangat kepada saya;
5. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang saya banggakan.

**MOTTO**

Berjalan lurus dan tidak menoleh ke belakang, semangat untuk maju  
Apa yang kita dapat kadang tidak sama dengan apa yang kita inginkan  
Percayalah pada kekuatan doa

Penulis



**PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tantri Puji Rahayu

NIM : 130810301148

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Islamic Social Reporting*” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 29 Mei 2015

Yang menyatakan,

Tantri Puji Rahayu

NIM 130810301148

**SKRIPSI**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PENGUNGKAPAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING***

Oleh

Tantri Puji Rahayu

NIM 130810301148

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Achmad Roziq, SE, M.Si, Ak

Dosen Pembimbing Anggota: Dr. Agung Budi Sulistiyo, S.E.,M.Si

**Tantri Puji Rahayu**

*Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember*

## **ABSTRACT**

*Islamic Social Reporting (ISR)* merupakan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial yang indikatornya spesifik pada prinsip-prinsip etis Islam. Dalam penelitian ini, penilaian tingkat pengungkapan ISR dilakukan pada perusahaan yang masuk dalam *Jakarta Islamic Index*. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)*. Faktor-faktor yang digunakan antara lain ukuran perusahaan, profitabilitas, dan kinerja lingkungan hidup. Pengukuran *Islamic Social Reporting (ISR)* didasarkan pada kategori *Islamic Social Reporting* untuk mengukur indeks ISR yang dilihat dari laporan tahunan perusahaan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* yang berjumlah 30 perusahaan syariah. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Total sampel adalah 8 perusahaan syariah. Analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis dengan metode regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Sedangkan profitabilitas dan kinerja lingkungan hidup tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* di Indonesia.

**Kata Kunci:** *Islamic Social Reporting*, *Jakarta Islamic Index*, ukuran perusahaan, profitabilitas dan kinerja lingkungan hidup

**Tantri Puji Rahayu**

*Departement of Accounting, Faculty of Economics, University of Jember*

## **ABSTRACT**

*Islamic Social Reporting (ISR) is a social responsibility disclosure index that has specific indicators on ethical principles of Islam. In this study, assessment a level of ISR disclosure performed among list of Jakarta Islamic Index companies. The aim of this study is to obtain an empirical evidence about factor that affect Islamic Social Reporting (ISR) in company's annual report. The factors that used in this study such as: industry size, profitability, and environmental performance. Measurement of Islamic Social Reporting is based on islamic social reporting categories that used to calculate the Islamic Social Reporting Index as seen from the company's annual report. This research is a quantitative research. The population of this research are all companies that listed in Jakarta Islamic Index totaling 30 companies. Sampling technique used purposive sampling technique. Total sample was 8 companies. The analytical techniques was conducted by multiple regression method and also classical assumption test. The results of this study indicate that the industry size significantly positive influence the Islamic Social Reporting (ISR) disclosure. Meanwhile, profitability and environmental performance had no significant effect to the Islamic Social Reporting (ISR) disclosure in Indonesia.*

**Keywords:** *Islamic Social Reporting, Jakarta Islamic Index, industry size, profitability, and environmental performance.*

## RINGKASAN

**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Islamic Social Reporting* Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di *Jakarta Islamic Index* Periode 2010-2013;** Tantri Puji Rahayu, 130810301148; 2015: 102 Halaman; Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Pengungkapan *Islamic Social Reporting* sangat tergantung pada banyak tidaknya perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* yang dikategorikan sebagai perusahaan syariah di Bursa Efek Indonesia (BEI) mengungkapkan tanggung jawab sosial syariahnya yang diukur menggunakan indeks *Islamic Social Reporting* (ISR). Indeks ISR terdapat 46 item pengungkapan yang akan dibandingkan dengan laporan tahunan perusahaan. Perusahaan yang dikategorikan sebagai perusahaan syariah seharusnya membuat laporan tanggung jawab sosial yang menyajikan aspek-aspek religi dalam laporan tahunan dengan menyajikan pemenuhan kewajiban perusahaan yang sesuai dengan syariah. Oleh karena itu, pengungkapan *Islamic Social Reporting* sangat dibutuhkan perusahaan khususnya yang dikategorikan sebagai perusahaan syariah di Bursa Efek Indonesia (BEI) sehingga harus melihat beberapa faktor yang mempengaruhinya antara lain ukuran perusahaan, profitabilitas, dan kinerja lingkungan hidup. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji ukuran perusahaan, profitabilitas dan kinerja lingkungan hidup sebagai faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) di perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) pada Bursa Efek Indonesia.

Rancangan penelitian dengan pendekatan kuantitatif yang dikategorikan sebagai *explanatory research* yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* yang berjumlah 30 perusahaan syariah periode 2010-2013. Metode analisis data digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Sedangkan, faktor profitabilitas dan kinerja lingkungan hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* di Indonesia.



## SUMMARY

**Analysis Determinants Of Disclosure Islamic Social Reporting Among List Of Jakarta Islamic Index Companies Period 2010-2013;** Tantri Puji Rahayu, 130810301148; 2015: 102 Page: Department of Accounting, Faculty of Economics, University of Jember.

Disclosure Islamic Social Reporting is highly dependent on whether or not many companies listed on the Jakarta Islamic Index sharia is categorized as a company on the stock exchange Indonesia revealing social responsibility sharia as measured using an index Islamic Social Reporting (ISR). ISR index are 46 items of disclosure that will be compared with the company's annual report. The company is classified as shariah company should make social responsibility report which presents the religious aspect in the annual report by presenting the fulfillment of obligations of the company in accordance with sharia. Therefore, the disclosure is needed islamic social reporting companies especially those categorized as companies sharia in Indonesia Stock Exchange so it should see some of the factors that influence it, among others, industry size, profitability, and environmental performance. The purpose of this study was to assess the industry size, profitability, and environmental performance as factors that affect disclosure Islamic Social Reporting in companies listed on the Jakarta Islamic Index on the stock exchange Indonesia.

The design of the study with a quantitative approach that is classified as explanatory research that explains the causal relationship between the variables through hypothesis testing. The population in this study are all companies listed on the Jakarta Islamic Index totaling 30 companies sharia 2010-2013. Data analysis method used is multiple linear regression.

The results of this study indicate that the industry size significantly positive influence the Islamic Social Reporting (ISR) disclosure. Meanwhile, profitability and environmental performance had no significant effect to the Islamic Social Reporting (ISR) disclosure in Indonesia

## PRAKATA

*Bismillahirrahmannirrahim,*

*Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh,*

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya, serta memberikan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Islamic Social Reporting***”. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Rasulullah SAW.

Penyusunan skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan semua pihak, baik itu berupa dorongan, nasehat, saran maupun kritik yang sangat membantu. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Moehammad Fathorrazi., S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Bapak Dr. Muhammad Miqdad, S.E, MM, Ak., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Dr. Achmad Roziq, SE, M.Si, Ak selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik, dan pengarahan dengan penuh kesabaran dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Dr. Agung Budi Sulistiyo, S.E, M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahnya dalam penulisan & penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Bunga Maharani, S.E, M.SA, selaku dosen wali yang telah membantu memberi pengarahan dan bimbingan kepada penulis selama studi.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen beserta Staf Karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Jember serta pihak – pihak kampus Universitas Jember

yang telah bersedia memberikan waktunya untuk membagikan ilmu yang dimiliki.

7. Orang-orang terkasih, Ayahanda Agus Suryono dan Ibunda Hardiningsih, Mbak Fitria Hariani dan Mbak Hari Dwi Astuti. Terima kasih banyak atas cinta, kasih sayang, do'a, dan dukungan semangat yang tidak pernah putus.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Semoga Allah SWT selalu memberikan Hidayah dan Rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis sadar akan keterbatasan dan kurang sempurnanya penulisan skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya.

*Alhamdulillahirabbilalamin*

*Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.*

Jember, 29 Mei 2015

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vi
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	vii
<b>HALAMAN PEMBIMBINGAN</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>ABSTRACT</b> .....	x
<b>RINGKASAN</b> .....	xi
<b>SUMMARY</b> .....	xiii
<b>PRAKATA</b> .....	xiv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xvi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xxi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	6
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	6
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	6
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	8
2.1.1 <i>Syariah Enterprise Theory</i> .....	8
2.1.2 Teori Legitimasi .....	9

2.1.3 Teori <i>Stakeholder</i> .....	11
2.1.4 Analisis Kajian Teori.....	12
2.1.5 Pengungkapan ( <i>Disclosure</i> ).....	13
2.1.6 <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	15
2.1.6.1 Pengertian CSR.....	15
2.1.6.2 Pengungkapan CSR.....	17
2.1.7 <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam Perspektif Islam.....	18
2.1.8 <i>Islamic Social Reporting</i> .....	20
2.1.8.1 Definisi .....	20
2.1.8.2 Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> .....	25
2.1.8.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> .....	31
2.1.8.3.1 Ukuran Perusahaan.....	31
2.1.8.3.2 Profitabilitas .....	32
2.1.8.3.3 Kinerja Lingkungan Hidup.....	33
2.1.9 Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan (PROPER) .....	34
2.1.10 <i>Jakarta Islamic Index</i> .....	36
<b>2.2 Penelitian Terdahulu</b> .....	37
<b>2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis</b> .....	40
<b>2.4 Perumusan Hipotesis</b> .....	41
2.4.1 Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan <i>Islamic         Social Reporting</i> .....	41
2.4.2 Profitabilitas dan Pengungkapan <i>Islamic         Social Reporting</i> .....	42
2.4.3 Kinerja Lingkungan Hidup dan Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> .....	43
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....	45
<b>3.1 Jenis Penelitian</b> .....	45
<b>3.2 Jenis dan Sumber Data</b> .....	45

<b>3.3</b>	<b>Populasi dan Sampel .....</b>	<b>45</b>
<b>3.4</b>	<b>Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel</b>	
	46	
3.4.1	Variabel Penelitian.....	46
3.4.2	Definisi Operasional Variabel .....	46
3.4.2.1	Variabel Terikat atau Dependen Variable.....	46
3.4.2.2	Variabel Bebas atau Independent Variable .....	48
<b>3.5</b>	<b>Metode Analisis Data .....</b>	<b>49</b>
3.5.1	Statistik Deskriptif .....	49
3.5.2	Uji Asumsi Klasik .....	50
3.5.2.1	Uji Normalitas .....	50
3.5.2.2	Uji Multikolonieritas .....	50
3.5.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	51
3.5.2.4	Uji Autokorelasi .....	52
3.5.3	Uji Hipotesis .....	52
3.5.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	52
3.5.4	Koefisien Determinasi .....	53
3.5.5	Uji Signifikansi / Pengaruh Simultan (Uji F) .....	53
3.5.6	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t) .....	53
<b>3.6</b>	<b>Kerangka Pemecahan Masalah .....</b>	<b>54</b>
<b>BAB 4</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>56</b>
<b>4.1</b>	<b>Gambaran Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>56</b>
4.1.1	Proses Pemilihan Sampel.....	56
<b>4.2</b>	<b>Statistik Deskriptif .....</b>	<b>60</b>
<b>4.3</b>	<b>Uji Asumsi Klasik.....</b>	<b>61</b>
4.3.1	Uji Normalitas.....	61
4.3.2	Uji Multikolonieritas.....	62
4.3.3	Uji Autokorelasi.....	63
4.3.4	Uji Heteroskedastisitas.....	64
<b>4.4</b>	<b>Analisis Regresi Linier Berganda.....</b>	<b>64</b>

4.4.1 Persamaan Regresi .....	65
4.4.2 Pengujian Koefisien Regresi Secara Simultan dengan Uji F .....	66
4.4.3 Pengujian Koefisien Regresi Secara Parsial dengan Uji t .....	67
4.4.4 Koefisien Determinasi.....	69
<b>4.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....</b>	<b>70</b>
4.5.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> .....	70
4.5.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> .....	71
4.5.3 Pengaruh Kinerja Lingkungan Hidup terhadap pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> .....	71
 <b>BAB 5 KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN .....</b>	<b>73</b>
<b>5.1 .....</b>	<b>Kesimpula</b>
<b>n .....</b>	<b>73</b>
<b>5.2 .....</b>	<b>Keterbatas</b>
<b>an .....</b>	<b>73</b>
<b>5.3 .....</b>	<b>Saran</b>
74.....	
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>77</b>

**DAFTAR TABEL**

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1 Ringkasan penelitian terdahulu .....	37
Tabel 4.1 Proses pengambilan sampel.....	56
Tabel 4.2 Perusahaan yang dijadikan sampel.....	57
Tabel 4.3 Skor indeks ISR masing-masing tema.....	59
Tabel 4.4 Hasil analisis deskriptif .....	60
Tabel 4.5 Hasil uji normalitas .....	62
Tabel 4.6 Hasil uji multikolonieritas .....	62
Tabel 4.7 Ketentuan Uji Durbin-Watson.....	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Durbin-Watson.....	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	64
Tabel 4.10 Rekapitulasi hasil analisis regresi linier berganda .....	65
Tabel 4.11 Rekapitulasi hasil Uji F .....	67
Tabel 4.12 Rekapitulasi hasil Uji t .....	68
Tabel 4.13 Sumbangan efektif variabel bebas.....	69

**DAFTAR GAMBAR**

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Syariah .....	23
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	40
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	54
Gambar 4.1 Total Skor Indeks ISR Tahun 2010-2013.....	58
Gambar 4.2 Total Skor Indeks ISR masing-masing tema Tahun 2010-2013.....	59

**DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Indeks *Islamic Social Reporting*
- Lampiran 2 Daftar Skor Indeks ISR Perusahaan Sampel Tahun 2010-2013
- Lampiran 3 Rangkuman Data Penelitian
- Lampiran 4 Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 Analisis Regresi Linier Berganda

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Tanggung jawab sosial atau sering disebut sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan wacana yang makin umum dalam dunia bisnis di Indonesia dimana fenomena ini dipicu oleh semakin mengglobalnya tren mengenai praktek CSR dalam bisnis. Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholders* yang meliputi pelanggan, karyawan, investor, pemasok, pemerintah, *competitor*, dan masyarakat. Isu mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR kian menjadi sorotan penting dalam beberapa dekade terakhir karena konsep CSR merupakan inti dari etika bisnis bagi tiap perusahaan. Pengungkapan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan pun telah banyak dilakukan penelitian di berbagai negara berkembang.

Di Indonesia, konsep CSR sudah mulai berkembang ke arah yang lebih positif. Beberapa tahun terakhir, berbagai perusahaan sudah mulai menunjukkan komitmennya untuk menerapkan praktik tanggung jawab sosial kepada para pemangku kepentingan mereka. Utama (2007) mengungkapkan bahwa praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia mulai berkembang seiring dengan semakin meningkatnya perhatian masyarakat *global* terhadap perkembangan perusahaan *multinasional* yang beroperasi di Indonesia. Pengungkapan CSR juga terkait dengan isu kerusakan lingkungan yang terjadi di Indonesia seperti penggundulan hutan, polusi udara, pencemaran air bersih, perubahan iklim, dan sebagainya.

Waryanto (2010) memaparkan bahwa perkembangan praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia juga mendapat dukungan dari pemerintah. Hal ini dibuktikan dengan adanya pelaporan tentang CSR perusahaan yang semula bersifat sukarela menjadi bersifat wajib dengan diterbitkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas bahwa laporan tahunan harus memuat beberapa informasi, salah satunya adalah laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Konsep CSR kini tidak hanya berkembang di ekonomi konvensional, tetapi juga berkembang dalam ekonomi Islam. Konsep CSR dalam Islam erat kaitannya dengan perusahaan-perusahaan yang menjalankan kegiatan bisnis sesuai dengan konsep syariah yang berharap perusahaan dapat melakukan tanggung jawab sosial perusahaan secara Islami. Siwar dan Hossain (2009) memaparkan bahwa nilai-nilai Islam yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW dapat digunakan sebagai landasan tanggung jawab sosial perusahaan sama seperti halnya pada perusahaan konvensional. Konsep ini dalam Islam lebih menekankan bentuk ketaqwaan umat manusia kepada Allah SWT dalam dimensi perusahaan. Dalam penelitiannya, mereka menyimpulkan bahwa nilai-nilai Islam memiliki hubungan yang relevan dan memiliki kontribusi terhadap konsep CSR yang telah berkembang hingga saat ini.

Perkembangan CSR dalam ekonomi Islam juga berdampak pada meningkatnya perhatian masyarakat terhadap instansi-instansi atau lembaga syariah. Meningkatnya perhatian masyarakat mengindikasikan bahwa kebutuhan masyarakat terhadap lembaga atau instansi syariah semakin besar dari waktu ke waktu. Pasar modal syariah sebagai lembaga dan profesi yang berperan penting dalam meningkatkan pangsa pasar efek-efek syariah pada perusahaan, ingin berpartisipasi dalam pangsa pasar syariah di Indonesia.

Di Indonesia, perkembangan pasar modal syariah diawali dengan dibentuknya *Jakarta Islamic Index (JII)*. *Jakarta Islamic Index* terdiri atas 30 saham syariah yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Othman dan Thani (2010) memaparkan bahwa perkembangan pasar modal syariah yang begitu cepat membuat perusahaan-perusahaan yang masuk pada *Jakarta Islamic Index (JII)* diekspektasikan untuk menyajikan suatu dimensi religi dalam pengungkapan laporan tahunan yang bertujuan untuk memberi manfaat bagi pemangku kepentingan muslim. Oleh karena itu, dibutuhkan acuan untuk mengukur sejauh mana perusahaan-perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index (JII)* membuat laporan tanggung jawab sosial yang turut menyajikan aspek-aspek religi dalam laporan tahunan dengan menyajikan pemenuhan kewajiban perusahaan yang sesuai dengan syariah. Othman et al. (2009) mengembangkan indeks

pengungkapan yang relevan pada *Islamic Social Reporting (ISR) Index*. Indeks ISR merupakan tolak ukur pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan syariah yang berisi kompilasi item-item standar CSR yang ditetapkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*) yang dikembangkan lebih lanjut oleh para peneliti mengenai item-item CSR yang seharusnya diungkapkan oleh suatu entitas Islam (Othman et al, 2009).

ISR pertama kali dikemukakan oleh Haniffa (2002) lalu dikembangkan secara lebih ekstensif oleh Othman et al. (2009) di Malaysia. Haniffa (2002) mengungkapkan bahwa adanya keterbatasan dalam pelaporan sosial konvensional sehingga ia mengemukakan kerangka konseptual *Islamic Social Reporting* berdasarkan ketentuan syariah yang tidak hanya membantu pengambilan keputusan bagi pihak muslim melainkan juga untuk membantu perusahaan dalam melakukan pemenuhan kewajibannya terhadap Allah SWT dan masyarakat.

Pelaporan sosial syariah atau *Islamic Social Reporting (ISR)* masih bersifat sukarela sehingga pelaporan CSR setiap perusahaan syariah menjadi tidak sama. Pelaporan yang tidak sama tersebut disebabkan tidak adanya standart yang baku secara syariah tentang pelaporan CSR syariah. Pengukuran CSR masih mengacu kepada *Global Reporting Initiative Index* (Indeks GRI) dimana pengukuran tersebut tentunya kurang tepat karena perusahaan yang diakui sebagai emiten syariah dan dinyatakan memenuhi syariat Islam seharusnya mengungkapkan informasi yang membuktikan perusahaan tersebut beroperasi sesuai hukum Islam dimana dengan menggunakan indeks GRI belum menggambarkan prinsip-prinsip Islam seperti belum mengungkapkan terbebasnya dari unsur riba, gharar, dan transaksi-transaksi yang diharamkan oleh Islam.

Indeks ISR untuk entitas islam mengungkapkan hal-hal yang berkaitan dengan prinsip Islam seperti transaksi yang sudah terbebas dari unsur riba, spekulasi dan gharar, serta mengungkapkan zakat, status kepatuhan syariah serta aspek-aspek sosial seperti *sadaqah*, *waqaf*, *qardul hasan*, dan pengungkapan peribadahan di lingkungan perusahaan.

Penelitian mengenai pelaksanaan ISR masih berorientasi di sektor perbankan syariah, seperti penelitian Fitria dan Hartanti (2010), Zubairu (2011), Rizkiningsih (2012), Sofyani (2012), Khoirudin (2013), dan Fauziah (2013). Penelitian mengenai ISR untuk sektor non perbankan dan lembaga keuangan lainnya seperti pasar modal syariah masih belum banyak dilakukan sehingga kurang meluasnya konsep ISR terutama di Indonesia. Pasar modal syariah yang tumbuh pesat ditambah maraknya praktek pengungkapan CSR yang seharusnya sebagai pelaku ekonomi syariah dan emiten syariah juga harus melaporkan tanggung jawab sosial yang berbasis syariah. Berkembangnya CSR menjadi wacana bahwa perusahaan di emiten syariah masih mengungkapkan CSR-nya, sehingga peneliti mencoba mengarahkan tanggung jawab sosial berbasis syariah menggunakan ISR.

Salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan ISR adalah ukuran perusahaan. Perusahaan yang besar biasanya memiliki aktivitas yang lebih banyak dan kompleks, mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki *shareholder* yang lebih banyak, serta mendapat perhatian lebih dari kalangan *publik* sehingga perusahaan besar cenderung mendapat tekanan yang lebih untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya. Fakta ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan Haniffa dan Cooke (2005), Cooke (1992), serta Widiawati dan Raharja (2012) yang menemukan hubungan positif ukuran perusahaan terhadap ISR dimana perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang besar biasanya akan mengungkapkan lebih daripada perusahaan kecil. Penelitian Karina (2013) dan Adawiyah (2013) menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial wajib maupun sukarela.

Profitabilitas juga mempengaruhi pengungkapan ISR dimana perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang kuat akan mendapatkan tekanan yang lebih dari pihak eksternal perusahaan untuk lebih mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya secara luas. Suatu perusahaan yang memiliki *profit* lebih besar harus lebih aktif melaksanakan CSR (Amran dan Devi, 2008). Namun, pada kenyataannya beberapa perusahaan dengan *profit* besar cenderung tidak

melakukan CSR dengan baik. Penelitian Raditya (2012), Widiawati (2012) serta Haniffa dan Cooke (2005) menemukan bahwa pengaruh profitabilitas terhadap ISR berpengaruh positif dan signifikan. Namun, dalam penelitian Suta dan Laksito (2012) serta Wijaya (2012) menghasilkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap luas informasi pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan wajib maupun sukarela.

Kinerja lingkungan hidup mempengaruhi pengungkapan ISR sesuai penelitian Aldehita (2014), Sudaryanto, Rahmawati dan Achmad (2012) serta Rakhiemah dan Dian Agustia (2009) menyatakan bahwa kinerja lingkungan hidup berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan wajib maupun sukarela. Namun, penelitian Wijaya (2012) yang menganalisis pengaruh kinerja lingkungan hidup terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial, menghasilkan bahwa kinerja lingkungan hidup memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial wajib maupun sukarela.

Penelitian ini menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan kinerja lingkungan hidup terhadap pengungkapan ISR karena studi mengenai pengungkapan ISR masih sangat terbatas dimana studi terdahulu kebanyakan menggunakan *Global Reporting Initiative* (GRI) sebagai *guideline* untuk *sustainability reporting*, terutama pada perusahaan konvensional. Obyek yang digunakan peneliti adalah pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) karena masih sangat jarang penelitian mengenai ISR dengan JII sebagai obyek penelitian dan sebagian besar studi mengenai pengungkapan ISR perusahaan yang sesuai dengan ketentuan syariah hanya spesifik terhadap bank syariah. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Islamic Social Reporting (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index).”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan dari penelitian ini yaitu :

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)?
3. Apakah kinerja lingkungan hidup berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penulisan skripsi ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR).
2. Untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR).
3. Untuk menguji pengaruh kinerja lingkungan hidup terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR).

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian terbagi menjadi dua, manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan utama dalam pengembangan konsep atau teori dalam perkembangan ilmu pengetahuan akuntansi syariah, khususnya yang terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi *Islamic Social Reporting* (ISR).

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat bagi :

a. Perusahaan

Dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi perusahaan-perusahaan yang masuk dalam Jakarta Islamic Index (JII) agar dapat melakukan tanggung jawab sosial yang sesuai dengan ketentuan Islam.

b. Investor

Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi investor maupun calon investor, khususnya investor Muslim dalam pengambilan keputusan investasi.

c. Akademisi

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dan referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya.

## BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Landasan Teori

#### 2.1.1 *Syariah Enterprise Theory*

*Syariah enterprise theory* merupakan *enterprise theory* yang telah diinternalisasi dengan nilai-nilai Islam guna menghasilkan teori yang transendental dan lebih humanis. Menurut Triyuwono (2007: 4), *Enterprise theory* merupakan teori yang mengakui adanya pertanggungjawaban tidak hanya kepada pemilik perusahaan saja melainkan kepada kelompok *stakeholders* yang lebih luas. *Enterprise theory* kemudian dikembangkan agar teori tersebut lebih dekat lagi dengan konsep syariah sehingga terbentuk teori yang dikenal dengan istilah *Syariah enterprise theory*. Menurut Triyuwono (2007:4), *syariah enterprise theory* meliputi Allah, manusia, dan alam sehingga dalam penelitian ini mengimplikasikan bahwa *stakeholder* tertinggi adalah Allah sebagai pusat.

Allah merupakan pihak paling tinggi dan menjadi satu-satunya tujuan hidup manusia dimana dengan menempatkan Allah sebagai *stakeholder* tertinggi, maka tali penghubung agar akuntansi syari'ah tetap bertujuan "membangkitkan kesadaran ketuhanan" para penggunanya tetap terjamin. Konsekuensi menetapkan Allah sebagai *stakeholder* tertinggi adalah digunakannya sunnatullah sebagai basis bagi konstruksi akuntansi syari'ah.

*Stakeholder* kedua dari *Syariah Enterprise Theory* adalah manusia yang dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu *direct-stakeholders* dan *indirect-stakeholders*. *Direct-stakeholders* adalah pihak-pihak yang secara langsung memberikan kontribusi pada perusahaan, baik dalam bentuk kontribusi keuangan maupun non-keuangan. *Indirect-stakeholders* adalah pihak-pihak yang sama sekali tidak memberikan kontribusi kepada perusahaan (baik secara keuangan maupun non-keuangan), tetapi secara syari'ah mereka adalah pihak yang memiliki hak untuk mendapatkan kesejahteraan dari perusahaan.

Golongan *stakeholder* terakhir dari *Syariah Enterprise Theory* adalah alam. Alam adalah pihak yang memberikan kontribusi bagi mati hidupnya perusahaan sebagaimana pihak Allah dan manusia. Perusahaan eksis secara fisik karena

didirikan di atas bumi, menggunakan energi yang tersebar di alam, memproduksi dengan menggunakan bahan baku dari alam, memberikan jasa kepada pihak lain dengan menggunakan energi yang tersedia di alam, dan sebagainya.

### 2.1.2 Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan batasan terhadap norma-norma, nilai-nilai sosial, serta reaksi sehingga diharapkan dapat mendorong organisasi berperilaku dengan memperhatikan nilai-nilai sosial di lingkungan perusahaan. Teori Legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan beroperasi dalam lingkungan *eksternal* yang berubah secara konstan dan berusaha meyakinkan bahwa perilaku di perusahaan sesuai dengan batas-batas dan norma masyarakat (Brown dan Deegan, 1998 dalam Michelin dan Parbonetti, 2010). Teori legitimasi dalam penelitian ini mengimplikasikan bahwa tanggung jawab perusahaan dilakukan dengan harapan untuk mendapatkan pengakuan (legitimasi) masyarakat.

Menurut Ulman (1982) dalam Ghozali dan Chariri (2007), teori legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Teori legitimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang diimplikasikan antara institusi sosial dan masyarakat. Teori tersebut diperlukan oleh institusi-institusi untuk mencapai tujuan agar sejalan dengan masyarakat luas.

Dowling dan Peffer (1975) dalam Ghozali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi. Mereka mengatakan bahwa “karena legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Teori legitimasi ini dilandasi oleh kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi menggunakan sumber daya ekonomi”.

Shocker dan Sethi (1974) dalam Ghozali dan Chariri (2007) memberikan penjelasan tentang kontrak sosial sebagai berikut :

1. Hasil akhir (*output*) yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas.

2. Distribusi manfaat ekonomi, sosial, atau politik kepada kelompok sesuai dengan kekuatan yang dimiliki.

Gray et al. (1995) dan Hooghiemstra (2000) dalam Reverte (2008) menyatakan bahwa sebagian besar pengetahuan yang berkaitan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berasal dari penggunaan kerangka teori yang menyebutkan bahwa pengungkapan lingkungan dan sosial merupakan jalan untuk melegitimasi kelangsungan hidup dan operasi perusahaan pada masyarakat. Pelaporan atau pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan (CSR) dilaporkan pada laporan tahunan untuk memberikan kesan tanggung jawab sosial sehingga dapat diterima oleh masyarakat.

Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai suatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat (Chariri dan Ghozali, 2007). Ketika ada perbedaan antara nilai-nilai yang dianut perusahaan dengan nilai-nilai masyarakat, legitimasi perusahaan akan terancam (Lindblom, 1994; Dowling dan Pfeffer, 1975 dalam Chariri, 2011). Perbedaan antara nilai-nilai perusahaan dengan nilai-nilai sosial masyarakat sering dinamakan "*Legitimacy Gap*" dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melanjutkan kegiatan usahanya. Menurut Warticl dan Mahon (1994) dalam Chariri dan Ghozali (2007), *Legitimacy Gap* dapat terjadi karena tiga hal, yaitu :

1. Ada perubahan dalam kinerja perusahaan tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan tidak berubah.
2. Kinerja perusahaan tidak berubah tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan dapat berubah.
3. Kinerja perusahaan dan harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan berubah ke arah yang berbeda, atau ke arah yang sama tetapi waktunya berbeda.

O'Donovan (2011) dalam Ghozali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa ketika terdapat perbedaan antara kedua nilai tersebut, perusahaan perlu mengevaluasi nilai sosialnya dan menyesuaikan dengan nilai-nilai yang ada di masyarakat. Perusahaan juga dapat merubah nilai- nilai sosial yang ada atau persepsi terhadap perusahaan sebagai teknik legitimasi. Teori legitimasi telah

menjadi salah satu teori yang paling sering digunakan terutama ketika berkaitan dengan wilayah sosial dan akuntansi lingkungan. Meskipun masih terdapat pesimisme yang kuat yang dikemukakan oleh banyak peneliti, teori ini telah menawarkan sudut pandang yang nyata mengenai pengakuan sebuah perusahaan secara sukarela oleh masyarakat.

### 2.1.3 Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* menyatakan *stakeholder* sebagai pengambil keputusan muslim mengharapkan perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial berbasis syariahnya, sehingga membuktikan perusahaan beroperasi sesuai hukum Islam. Semakin kuat posisi *stakeholders*, semakin besar pula kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan para *stakeholders*-nya. Menurut Thomas dan Andrew dalam NurHadi (2011: 94), *stakeholders theory* memiliki beberapa asumsi, yaitu :

1. Perusahaan memiliki hubungan dengan banyak kelompok *stakeholders* yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh keputusan perusahaan.
2. Teori ini ditekankan pada sifat alami hubungan dalam proses dan keluaran bagi perusahaan serta *stakeholders*-nya
3. Kepentingan seluruh legitimasi *stakeholders* memiliki nilai secara hakiki, dan tidak membentuk kepentingan yang didominasi satu sama lain.
4. Teori ini memfokuskan pada pengambilan keputusan manajerial.

Teori *stakeholders* menjelaskan tentang perusahaan sebagai sebuah entitas yang dalam menjalankan aktivitasnya tidak hanya untuk kepentingan perusahaan saja melainkan juga harus memberikan manfaat kepada para pemangku kepentingan perusahaan, seperti: manajer, karyawan, konsumen, pemasok, investor, kreditor, pemerintah, *shareholders*, serta masyarakat sekitar perusahaan. Menurut Wibisono (2007), *stakeholders* terdiri atas beberapa kategori meliputi :

1. *Stakeholders* internal dan *stakeholders* eksternal

*Stakeholders* internal ialah 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, kreditor, investor, konsumen, analis, pemerintah, pers, masyarakat dan sebagainya).

2. *Stakeholders* primer, *stakeholders* sekunder, dan *stakeholders* marjinal  
*Stakeholders* primer ialah *stakeholders* yang paling mampu, sedangkan *stakeholders* yang kurang mampu ialah *stakeholders* sekunder. *Stakeholders* marjinal ialah *stakeholders* yang biasa diabaikan.
3. *Stakeholders* tradisional dan *stakeholders* masa depan  
*Stakeholders* tradisional dapat diartikan *stakeholders* yang sudah berhubungan dengan organisasi saat ini. *Stakeholders* tradisional meliputi karyawan dan konsumen. *Stakeholders* masa depan ialah *stakeholders* masa depan yang diperkirakan dapat memberikan pengaruhnya bagi organisasi seperti konsumen potensial dan peneliti.
4. *Proponents*, *opponents*, dan *uncommitted* (pendukung, penentang, dan yang tidak peduli)  
Di antara *stakeholders*, terdapat kelompok yang memihak organisasi (*proponents*), menentang organisasi (*opponents*) dan yang tidak peduli (*uncommitted*). Dalam hal ini, organisasi perlu untuk mengenal *stakeholders* yang berbeda-beda ini agar dapat melihat permasalahan, menyusun rencana dan strategi untuk melakukan tindakan yang proposional.
5. *Silent majority* dan *vocal minority* (pasif dan aktif)  
Dilihat dari aktivitas *stakeholders* dalam melakukan komplain atau dukungan perusahaan, tentu ada yang menyatakan penentangan atau dukungannya secara *vocal* (aktif) namun ada pula pihak yang menyatakan secara *silent* (pasif).

#### 2.1.4 Analisis Kajian Teori

Terdapat persamaan dan perbedaan antara ketiga teori yang digunakan dalam penelitian ini. Dari ketiga teori yaitu teori legitimasi, *stakeholders theory*, dan *syariah enterprise theory* terdapat beberapa kesamaan yaitu sama-sama teori yang dalam menjalankan aktivitasnya harus sesuai dengan norma dan ketentuan syariah serta teori yang berhubungan dengan masyarakat dan lingkungan.

Perbedaan antara teori legitimasi, *stakeholder's theory* dan *syariah enterprise theory* jika dihubungkan dalam penelitian ini yaitu teori legitimasi menjelaskan mengenai tanggung jawab perusahaan syariah yang diimplikasikan dengan harapan dapat memberikan manfaat dan diakui oleh masyarakat. *Stakeholders theory* dimana pelaku utama dari teori ini adalah para *stakeholders* yang hanya berperan dalam pengambilan keputusan muslim dengan harapan perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial berbasis syariahnya. *Syariah enterprise theory* menjelaskan bahwa Allah SWT sebagai *stakeholders* tertinggi sedangkan manusia dalam teori ini sebagai wakil-Nya sehingga teori ini mengungkapkan tanggung jawab sosial berbasis syariah merupakan pemenuhan amanah dan kewajiban sebagai makhluk Allah yang tidak terlepas dari tujuan Islam.

Teori legitimasi, *stakeholders theory* dan *syariah enterprise theory* merupakan teori pendukung dalam penelitian ini. Namun, dari ketiga teori tersebut terdapat salah satu teori yang lebih mendukung untuk diterapkan dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan *syariah enterprise theory* karena dalam teori ini perusahaan syariah diharuskan mengungkapkan tanggung jawab sosial yang sesuai dengan konsep syariah untuk memenuhi amanah dan kewajibannya sebagai makhluk Allah dimana memiliki konsekuensi patuh terhadap semua hukum-hukum Tuhan (Hafida, 2012). *Syariah enterprise theory* juga menjelaskan bahwa terdapat tiga urutan *stakeholders*. Tingkatan pertama adalah Allah SWT sebagai *stakeholders* tertinggi dimana bentuk pertanggungjawaban utamanya kepada Allah (Hafida, 2012). *Stakeholders* kedua adalah manusia dan *stakeholders* ketiga adalah alam

### **2.1.5 Pengungkapan (*Disclosure*)**

Pengungkapan secara sederhana dapat diartikan sebagai pengeluaran informasi (Sudarmadji dan Sularto, 2007). Pada umumnya, pengungkapan atau pelaporan (*disclosure*) merupakan pemberian informasi atas konsekuensi atau bentuk pertanggungjawaban mengenai aktivitas yang telah dilakukan oleh perusahaan. Noegraheni (2005) menyatakan bahwa laporan keuangan merupakan jendela informasi yang memungkinkan mereka melihat kondisi perusahaan

tersebut. Informasi ini harus diungkapkan dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan atau dalam media lainnya, seperti web perusahaan. Luasnya informasi yang dapat diperoleh akan sangat tergantung pada tingkat pengungkapan dari laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan.

Amurwani (2006) memaparkan bahwa pengungkapan dapat dikaitkan dengan dua aspek, yaitu data dan laporan keuangan. Apabila dikaitkan dengan data, pengungkapan mengandung arti bahwa data harus memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan. Apabila dikaitkan dengan laporan keuangan, pengungkapan mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu unit usaha sehingga informasi tersebut harus lengkap, jelas, dan dapat menggambarkan secara tepat kejadian-kejadian ekonomi yang berpengaruh terhadap hasil operasi unit usaha tersebut. Menurut Hendriksen dan Breda (1992) dalam Raditya (2012) terdapat tiga konsep pengungkapan secara umum, meliputi :

1. Pengungkapan Cukup (*Adequate Disclosure*)

Pengungkapan cukup adalah pengungkapan *minimum* yang harus dipenuhi agar laporan keuangan secara keseluruhan tidak menyesatkan pengguna dalam pengambilan keputusan.

2. Pengungkapan Wajar (*Fair Disclosure*)

Pengungkapan wajar adalah pengungkapan yang harus dicapai agar semua pihak mendapat informasi yang sama.

3. Pengungkapan Penuh (*Full Disclosure*)

Pengungkapan penuh menuntut penyajian dan pengungkapan secara penuh atas seluruh informasi yang relevan dengan pengambilan keputusan. Pengungkapan ini sering disebut dengan pengungkapan yang berlebihan.

Menurut Darrough (1993) dalam Hariandy (2011), pengungkapan berdasarkan hubungan persyaratan yang ditetapkan standar terdiri atas dua macam yaitu :

1. Pengungkapan Wajib (*mandatory disclosure*)

Pengungkapan wajib merupakan pengungkapan pada bagian dalam laporan keuangan yang disyaratkan oleh standar akuntansi yang berlaku dan oleh

Badan Pengawas Pasar Modal yang berwenang di negara yang bersangkutan. Jika perusahaan tidak bersedia untuk mengungkapkan informasi secara sukarela maka pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) akan memaksa perusahaan untuk mengungkapkan informasi tersebut.

## 2. Pengungkapan Sukarela (*voluntary disclosure*)

Pengungkapan sukarela merupakan pengungkapan komponen-komponen yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh peraturan berlaku.

Dari perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan (Verecchia, 1983 dalam Basalamah et al, 2005). Dalam ekonomi Islam, perusahaan akan menghasilkan pengungkapan yang benar, adil serta transparansi apabila memiliki suatu akuntabilitas, yakni akuntabilitas terhadap Allah SWT. Konsep dasar akuntabilitas Islam ini percaya bahwa seluruh sumber daya yang telah disediakan dan diciptakan adalah untuk kemaslahatan setiap manusia sehingga pengungkapan fakta keuangan harus berisi informasi yang benar, akurat, dan tersedia bebas untuk para pengguna laporan keuangan.

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

### **2.1.6.1 Pengertian CSR**

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* dalam Permasari (2010), *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan. Hal tersebut dilakukan melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan, keluarga, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Menurut ISO 26000 dalam Fahrizqi (2010) dijelaskan tujuh elemen dasar dari praktik CSR yang dapat dilakukan oleh perusahaan, yaitu :

1. Tata kelola perusahaan

Elemen ini mencakup bagaimana perusahaan harus bertindak sebagai elemen dasar dari tanggung jawab sosial dan sebagai sarana untuk meningkatkan kemampuan perusahaan dan menerapkan perilaku yang bertanggung jawab sosial yang berkaitan dengan elemen dasar lainnya.

2. Hak Asasi Manusia

Elemen ini mencakup penghormatan terhadap hak asasi manusia yang dibagi menjadi dua kategori utama yaitu hak-hak sipil dan politik yang mencakup hak untuk hidup dan kebebasan, kesetaraan di mata hukum dan hak untuk berpendapat serta hak-hak ekonomi, sosial dan budaya yang mencakup hak untuk bekerja, hak atas pangan, hak atas kesehatan, hak atas pendidikan, dan hak atas jaminan sosial.

3. Ketenagakerjaan

Elemen ini mencakup seluruh hal yang terdapat di dalam prinsip dasar deklarasi ILO 1944 dan hak-hak tenaga kerja dalam deklarasi hak asasi manusia.

4. Lingkungan

Elemen ini mencakup pencegahan polusi sebagai akibat dari aktivitas perusahaan dan penggunaan sistem manajemen lingkungan yang efektif dan berkelanjutan.

5. Praktik operasional yang adil

Elemen ini mencakup pelaksanaan aktivitas secara etik dan pengungkapan aktivitas perusahaan yang transparan, pelaksanaan aktivitas pemilihan pemasok yang etis dan sehat, penghormatan terhadap hak-hak intelektual dan kepentingan *stakeholder*, serta perlawanan terhadap korupsi.

6. Konsumen

Elemen ini mencakup penyediaan informasi yang akurat dan relevan tentang produk perusahaan kepada pelanggan, penyediaan produk yang aman dan bermanfaat bagi pelanggan.

#### 7. Keterlibatan dan pengembangan masyarakat

Elemen ini mencakup pengembangan masyarakat, peningkatan kesejahteraan masyarakat, aktivitas sosial kemasyarakatan, dan melibatkan masyarakat di dalam aktivitas operasional perusahaan.

Konsep CSR dapat dilihat dari dua sudut pandang yang berbeda. Konsep pertama menyatakan bahwa tujuan perusahaan adalah mencari laba, sehingga CSR merupakan sebuah strategi dalam operasi bisnis. Konsep yang kedua menyatakan bahwa tujuan dari perusahaan adalah mencari laba (*profit*), mensejahterakan orang (*people*) dan menjamin keberlanjutan hidup tempat yang ditinggali (*planet*). Elkington (dalam Effendi, 2009) menyatakan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan harus memperhatikan 3P (*profit, people, and planet*) dimana selain mengejar laba (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) serta turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Pelaporan CSR merupakan salah satu aspek penting dari akuntabilitas perusahaan terhadap sosial dan lingkungan. Pemahaman mengenai pelaporan CSR sudah lebih luas. Hal ini selaras dengan semakin berkembangnya akuntansi sosial sejak tahun 1970-an. Pelaporan CSR mencakup perluasan akuntabilitas suatu organisasi, tidak lagi hanya sekedar menyajikan akun-akun keuangan kepada pemegang saham. Perluasan tersebut didasarkan pada asumsi bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab yang lebih luas daripada hanya sekedar menghasilkan uang untuk pemegang saham. Menurut Gond dan Herrbach (2006), pelaporan CSR merupakan wujud proses monitor, eksplorasi, dan interpretasi dari bentuk-bentuk akuntansi yang lebih luas seperti laporan sosial dan lingkungan.

##### 2.1.6.2 Pengungkapan CSR

Pengungkapan CSR oleh perusahaan di Indonesia diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang disahkan pada tanggal 20 Juli 2007. Menurut UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 menyebutkan sebagai berikut.

- a. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan
- b. Tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran
- c. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Dengan adanya peraturan ini, perusahaan khususnya perseroan terbatas yang berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosial kepada masyarakat (Kusumadilaga, 2010). Selain perusahaan wajib melakukan kegiatan CSR, UU No. 40 Tahun 2007 pasal 66 ayat (2) tentang Perseroan Terbatas juga mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan.

ACCA (dalam Imansari, 2014) menyatakan pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan. *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi.

### **2.1.7 Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Islam**

Perkembangan CSR dalam konsep Islami sesuai dengan firman Allah SWT sebagai berikut :

*“Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi Sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari Kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang*

*menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. mereka Itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka Itulah orang-orang yang bertakwa". (QS. Al Baqarah:177).*

Dari ayat di atas dijelaskan bahwa Islam adalah agama yang mengedepankan pentingnya nilai-nilai sosial di masyarakat daripada hanya sekedar menghadapkan wajah kita ke barat dan ke timur dalam shalat. Tanpa mengesampingkan akan pentingnya shalat dalam Islam, Al Quran mengintegrasikan makna dan tujuan shalat dengan nilai-nilai sosial. Di samping memberikan nilai keimanan berupa iman kepada Allah SWT, Kitab-Nya, dan Hari Kiamat, Al Quran menegaskan bahwa keimanan tersebut tidak sempurna jika tidak disertai dengan amalan-amalan sosial berupa kepedulian dan pelayanan kepada kerabat, anak yatim, orang miskin, dan musafir serta menjamin kesejahteraan mereka yang membutuhkan.

CSR dalam perspektif Islam adalah praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara islami. Perusahaan memasukan norma-norma agama Islam yang ditandai dengan adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial di dalam operasinya. Dengan demikian, praktik bisnis dalam kerangka CSR Islami mencakup serangkaian kegiatan bisnis dalam bentuknya. Meskipun tidak dibatasi jumlah kepemilikan barang, jasa serta profitnya, namun cara-cara untuk memperoleh dan pendaagunaannya dibatasi oleh aturan halal dan haram oleh syariah (Suharto,2010). 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).

Menurut Islam, CSR yang dilakukan harus bertujuan untuk menciptakan kebajikan yang dilakukan bukan melalui aktivitas-aktivitas yang mengandung unsur riba, melainkan dengan praktik yang diperintahkan Allah berupa zakat, infak, sedekah, dan wakaf. CSR juga harus mengedepankan nilai kedermawanan

dan ketulusan hati (Suharto,2010). Perbuatan ini lebih Allah cintai dari ibadah-ibadah *mahdhah*.

Selain itu, pelaksanaan CSR dalam Islam juga merupakan salah satu upaya mereduksi permasalahan-permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat dengan mendorong produktivitas masyarakat dan menjaga keseimbangan distribusi kekayaan di masyarakat. Islam mewajibkan sirkulasi kekayaan terjadi pada semua anggota masyarakat dan mencegah terjadinya sirkulasi kekayaan hanya pada segelintir orang (Yusanto dan Yunus, 2009:165-169).

Selain menekankan pada aktivitas sosial di masyarakat, Islam juga memerintahkan praktik CSR pada lingkungan. Lingkungan dan pelestariannya merupakan salah satu inti ajaran Islam. Prinsip-prinsip mendasar yang membentuk filosofi kebajikan lingkungan yang dilakukan secara holistik oleh Nabi Muhammad SAW adalah keyakinan akan adanya saling ketergantungan di antara makhluk ciptaan Allah. Allah SWT menciptakan alam semesta secara terukur, baik kuantitatif maupun kualitatif (QS. Al Qamar: 49) dan dalam kondisi yang seimbang (QS. Al Hadid:7). Sifat saling ketergantungan antara makhluk hidup adalah sebuah fitrah dari Allah SWT.

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

### **2.1.8.1 Definisi**

Islam adalah agama wahyu berintikan tauhid atau keesaan Tuhan yang diturunkan oleh Allah SWT kepada Nabi Muhammad SAW sebagai utusan-Nya yang terakhir dan berlaku bagi seluruh manusia. Tauhid merupakan inti dari ajaran agama Islam. Ditinjau dari segi istilah, tauhid mengandung arti mengesakan Allah SWT dalam beribadah dan tidak menyekutukan-Nya. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surat Ali-Imran ayat 64 sebagai berikut.

*“Katakanlah, “Hai ahli kitab, marilah berpegang kepada suatu kalimat (ketetapan) yang tidak ada perselisihan antara kami dan kamu, bahwa tidak kita sembah kecuali Allah dan tidak kita persekutukan. Dia dengan sesuatu pun dan tidak (pula) sebagian kita menjadikan sebagian yang lain sebagai Tuhan selain Allah.” Jika mereka berpaling, maka katakanlah*

*kepada mereka, “Saksikanlah bahwa kami adalah orang-orang yang berserah diri (kepada Allah).”*

Ayat di atas menerangkan bahwa orang-orang yang berhak dikatakan seorang Muslim adalah orang-orang yang menjadikan tauhid sebagai agamanya. Orang-orang tersebut kelak akan mendapatkan keuntungan yang telah Allah SWT janjikan kepada mereka yaitu selamat dari neraka jahanam (Q.S. Al-Maidah: 72), mendapat ampunan atas seluruh dosa (Q.S. An-Nisa: 48), dan dijadikan berkuasa di dunia (Q.S. An-Nur: 55). Allah SWT telah menciptakan manusia dengan sebaik-baiknya makhluk di muka bumi. Sebagai makhluk yang paling sempurna yang Allah SWT ciptakan sudah sepatutnya manusia selalu menjalani segala perintah dan menjauhi larangan-Nya dimana yang berhubungan dengan hal ini adalah merusak lingkungan.

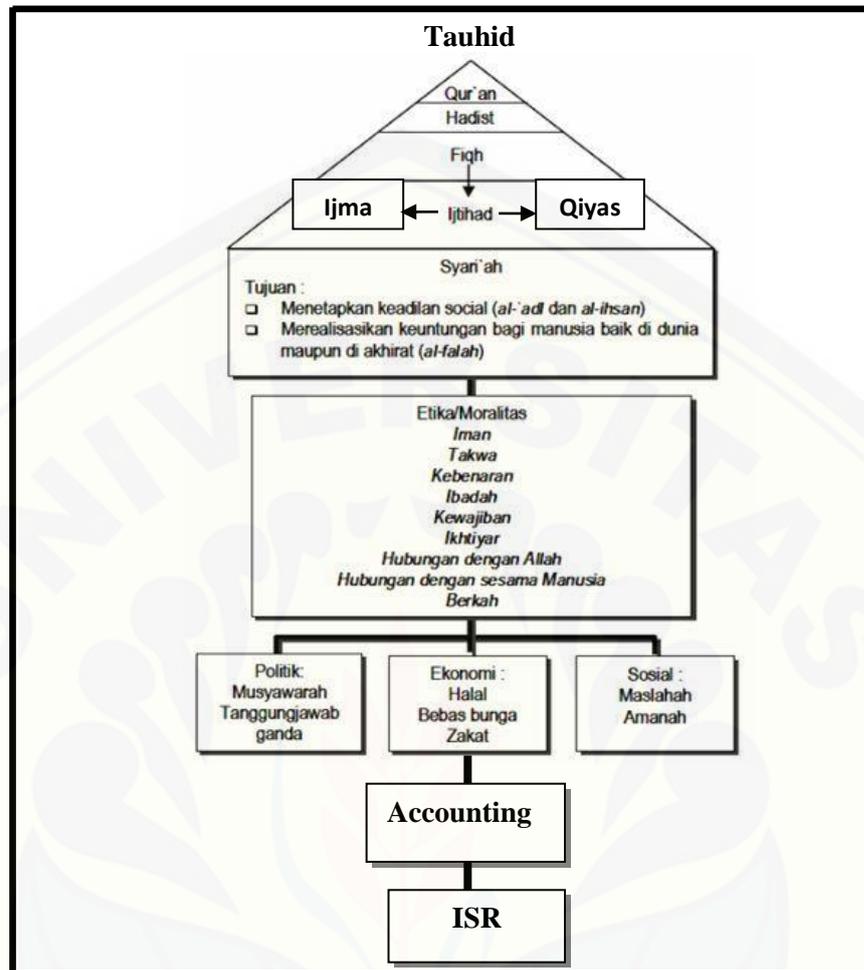
Manusia sebagai makhluk ciptaan Allah SWT yang paling sempurna sudah sepatutnya bertakwa kepada Allah SWT. Salah satu bentuk ketakwaan manusia kepada Allah SWT adalah dengan tidak membuat kerusakan di muka bumi. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Al-A'raf ayat 56 berikut.

*“Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi sesudah (Allah) memperbaikinya, dan berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.”*

Ayat di atas mengindikasikan bahwa manusia tidak diperkenankan untuk merusak muka bumi dengan segala isinya. Oleh karena itu, manusia sebagai khalifah Allah SWT memiliki tanggung jawab untuk memelihara dan melestarikan seluruh ciptaan Allah SWT. Tanggung jawab memelihara dan melestarikan ciptaan Allah SWT merupakan wujud konsep akuntabilitas dalam ekonomi Islam. Akuntabilitas dimaksudkan untuk menghasilkan pengungkapan yang benar, adil, dan transparan. Akuntabilitas tidak hanya ditujukan kepada para pemangku kepentingan, tetapi juga kepada Allah SWT sebagai Dzat yang memiliki otoritas tertinggi dalam memberikan keberkahan dan kesuksesan (Abu-

Tapanjeh, 2009). Dengan kata lain, akuntabilitas yang utama adalah kepada Allah SWT sebagai Tuhan bagi semesta alam.

Salah bentuk akuntabilitas dalam perspektif ekonomi Islam yaitu pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan sesuai dengan prinsip syariah. Dalam ekonomi konvensional, pelaporan tanggung jawab sosial dikenal sebagai perpanjangan dari sistem pelaporan keuangan yang merefleksikan ekspektasi sosial yang lebih luas sehubungan dengan peran masyarakat dalam ekonomi atau kegiatan bisnis perusahaan. Terkait dengan hal tersebut, Haniffa (2002) berpendapat bahwa pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan pada sistem konvensional hanya berfokus pada aspek material dan moral. Ia menambahkan bahwa seharusnya aspek spiritual juga dijadikan sebagai fokus utama dalam pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan karena para pembuat keputusan muslim memiliki ekspektasi agar perusahaan mengungkapkan informasi-informasi terbaru secara sukarela guna membantu dalam pemenuhan kebutuhan spiritual mereka. Oleh karena itu, ia memandang bahwa perlu adanya kerangka khusus untuk pelaporan pertanggungjawaban sosial yang sesuai dengan prinsip Islam. Kerangka tersebut tidak hanya berguna bagi para pembuat keputusan Muslim, tetapi juga berguna bagi perusahaan Islam dalam memenuhi pertanggungjawabannya terhadap Allah SWT dan masyarakat. Haniffa dan Hudaib (2000) kemudian membentuk kerangka syariah, lalu dikembangkan oleh Haniffa (2002) menjadi landasan dasar atas terbentuknya *Islamic Social Reporting* yang komprehensif. Berikut bentuk kerangka syariah.



**Gambar 2.1 Kerangka Syariah**

**Sumber : Haniffa (2002)**

Berdasarkan gambar 2.1 di atas, dapat dilihat bahwa tauhid merupakan landasan dasar dari ajaran Islam. Secara bahasa, tauhid berasal dari kata ahad, yang artinya satu, tunggal, esa. Sedang secara istilah, tauhid memiliki makna yakin bahwa Allah SWT adalah esa dan tidak ada sekutu bagi-Nya dalam *rububiyah* (ketuhanan), *uluhiyah* (Ibadah), *asma'* (nama-nama), dan sifat-sifat-Nya. Manusia berkewajiban menjaga, memelihara, dan melestarikan alam semesta tanpa terkecuali. Tauhid melahirkan aturan-aturan yang dibutuhkan manusia dalam kehidupan sehari-hari, yakni prinsip-prinsip syariah dimana merupakan landasan dasar dari *Islamic Social Reporting* (ISR). Prinsip-prinsip syariah berasal

dari tiga sumber utama. Secara hierarki, sumber prinsip-prinsip syariah diawali dari Al-Qur'an, hadis, fikih, lalu sumber-sumber lain seperti ijihad dimana bentuk ijihad meliputi ijma dan qiyas. Prinsip-prinsip syariah fokus pada menegakkan keadilan sosial dan mencapai kesuksesan di dunia dan di akhirat.

Gambar 2.1 juga menunjukkan bahwa konsep etika dalam Islam terbetuk berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Konsep etika dalam Islam meliputi iman (*faith*), taqwa (*piety*), amanah (*trust*), ibadah (*workship*), khilafah (*vicegerent*), ummah (*community*), akhirah (*day of reckoning*), adil (*justice*) dan zulm (*tyranny*), halal (*allowable*) dan haram (*forbidden*), serta I'tidal (*moderation*) dan israf (*extravagance*). Prinsip-prinsip syariah tidak hanya berisi konsep-konsep etika dalam perspektif Islam, tetapi juga berisi berbagai macam petunjuk yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, seperti politik, ekonomi, dan sosial. Sesuai dengan gambar 2.1 di atas, *Islamic Social Reporting* (ISR) berada pada lingkup aspek ekonomi atau secara lebih spesifik berada pada lingkup aspek akuntansi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Islamic Social Reporting* (ISR) merupakan bagian dari kerangka syariah yang merupakan kerangka pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan yang sesuai dengan prinsip syariah.

ISR adalah standar pelaporan kinerja sosial perusahaan-perusahaan yang berbasis syariah. Indeks ini lahir dengan dasar dari standar pelaporan berdasarkan AAOIFI yang kemudian dikembangkan oleh masing-masing peneliti berikutnya. Secara khusus, indeks ini adalah perluasan dari standar pelaporan kinerja sosial yang meliputi harapan masyarakat yang tidak hanya mengenai peran perusahaan dalam perekonomian, tetapi juga peran perusahaan dalam perspektif spiritual. Indeks ini juga menekankan pada keadilan sosial terkait mengenai lingkungan, hak minoritas, dan karyawan (Fitria dan Hartati, 2010).

*Islamic Social Reporting* (ISR) memiliki dua tujuan utama, yaitu sebagai bentuk akuntabilitas kepada Allah SWT dan masyarakat serta untuk meningkatkan transparansi kegiatan bisnis dengan cara memberikan informasi yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan spiritual para pembuat keputusan Muslim.

### 2.1.8.2 Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)

Pengungkapan dalam *Islamic Social Reporting* menggunakan indeks ISR. Indeks ISR adalah item-item pengungkapan yang digunakan sebagai indikator dalam pelaporan kinerja sosial institusi bisnis syariah. Indeks ISR untuk entitas Islam mengungkapkan hal-hal yang berkaitan dengan prinsip Islam seperti transaksi yang terbebas dari unsur riba, spekulasi dan gharar, pengungkapan zakat, status kepatuhan syariah, dan aspek-aspek sosial seperti sadaqah, wakaf, qardul hasan, serta pengungkapan peribadahan di lingkungan perusahaan.

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

1. Pendanaan dan Investasi, meliputi :

a. Riba (*interest-free*)

Riba berasal dari bahasa Arab yang berarti tambahan (*Al-Ziyadah*), berkembang (*An-Nuwuw*), meningkat (*Al-Irtifa'*), dan membesar (*Al-'uluw*). Antonio, 1999 (dalam Wasilah dan Nurhayati, 2011) memaparkan mengenai masalah riba sebagai setiap penambahan yang diambil tanpa adanya suatu penyeimbang atau pengganti (*'iwad*) yang dibenarkan syariah. Hal yang dimaksud transaksi pengganti atau penyeimbang yaitu transaksi bisnis atau komersil yang melegitimasi adanya penambahan secara adil, seperti jual beli, sewa menyewa, atau bagi hasil proyek dimana dalam transaksi tersebut ada faktor penyeimbang berupa ikhtiar / usaha, risiko dan biaya.

b. *Gharar* (ketidakpastian)

Terjadi ketika terdapat *incomplete information* antara kedua belah pihak yang bertransaksi dalam hal kuantitas, kualitas, harga, waktu penyerahan dan akad. Salah satu contoh dari transaksi *gharar* adalah transaksi *lease*

*and purchase* (sewa-beli) karena adanya ketidakpastian dalam akad yang diikrarkan antara kedua pihak.

c. Zakat

Zakat merupakan kewajiban bagi seluruh umat Muslim atas harta benda yang dimiliki ketika telah mencapai nisab. Zakat tidaklah sama dengan donasi, sumbangan, dan shadaqah. Zakat memiliki aturan yang jelas mengenai harta yang harus dizakatkan, batasan harta yang terkena zakat, cara penghitungannya, dan siapa saja yang boleh menerima harta zakat sesuai apa yang telah diatur oleh Allah SWT.

d. Kebijakan atas keterlambatan pembayaran piutang dan penghapusan piutang tak tertagih

Penangguhan atau penghapusan utang ditawarkan kepada orang dermawan diaman penangguhan harus dilakukan dengan adanya penyelidikan terlebih dahulu kepada pihak debitur terkait ketidakmampuannya dalam pembayaran piutang. Jika pihak yang bersangkutan kaya raya maka pembayaran piutang dapat dicicil. Penangguhan atau penghapusan utang merupakan suatu bentuk sikap tolong menolong yang dianjurkan di dalam Islam sesuai dengan firman Allah SWT dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 280 sebagai berikut.

*“Dan jika (orang berutang) dalam kesulitan, maka berilah tangguh hingga dia berkelapangan. Dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui.”*

e. *Current Value Balance Sheet* (CVBS)

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. Nilai kini dalam neraca akan dijadikan sebagai pedoman untuk menentukan berapa jumlah zakat yang dikeluarkan. Nilai kini dapat diperoleh dari estimasi nilai rata-rata transaksi yang terjadi atau transaksi yang akan terjadi apabila aset tersebut diperjualbelikan oleh

perusahaan. Dalam ekonomi Islam, *current value balance sheet* sudah seharusnya dimasukkan sebagai bagian dari persyaratan pelaporan operasi perusahaan. PSAK Indonesia masih memberlakukan nilai historis atas nilai-nilai akun pada neraca. Salah satu aspek yang mengandung nilai historis adalah pengukuran setelah pengakuan aset tidak berwujud. Dalam PSAK No 19 (revisi 2000) disebutkan bahwa entitas hanya dapat menggunakan model harga perolehan dalam mengukur aset tidak berwujud. PSAK No. 19 (revisi 2009) yang mulai berlaku efektif tahun buku 1 Januari 2011 sudah mengarahkan pada konsep *current value* menyatakan bahwa tiap entitas diberikan kebebasan untuk menggunakan model harga perolehan atau model revaluasi dalam mengukur aset tidak berwujud. Oleh karena itu, klasifikasi *current value balance sheet* tidak relevan untuk dijadikan kriteria dalam pengungkapan penelitian ini.

f. *Value Added Statement*

*Value Added Statement* menurut Harahap (2008) berfungsi untuk memberikan informasi tentang nilai tambah yang diperoleh perusahaan dalam periode tertentu dan kepada pihak mana nilai tambah itu disalurkan. *Value added statement* merupakan pernyataan yang melaporkan perhitungan nilai tambah beserta pemanfaatannya oleh para pemangku kepentingan perusahaan. Istilah *value added statement* diartikan sebagai laporan pertambahan nilai.

2. Produk dan Jasa

a. Produk yang ramah lingkungan (*green product*)

Produk ramah lingkungan adalah produk yang berasal dari bahan yang tidak mencemari lingkungan dan kemasannya juga dapat dimanfaatkan sehingga tidak menjadi sampah. selain itu proses produksinya juga tidak banyak mengeluarkan limbah. Setiap perusahaan di seluruh dunia diharapkan menghasilkan produk ataupun jasa yang ramah lingkungan sebagai suatu bentuk partisipasi dalam menjaga dan memelihara lingkungan yang kian mengalami kerusakan.

b. Status kehalalan produk

Pentingnya status kehalalan suatu produk merupakan suatu kewajiban yang harus diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunannya kepada seluruh konsumen dan dianjurkan dalam Islam sesuai dengan firman Allah SWT dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut :

*“Hai sekalian manusia! Makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”*

Status kehalalan suatu produk diketahui setelah mendapatkan sertifikat kehalalan produk dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

c. Kualitas dan keamanan suatu produk

Setelah produk dinyatakan halal, hal lain yang juga penting untuk perusahaan dalam mengungkapkan produknya adalah mengenai kualitas dan keamanan produk. Produk yang berkualitas dan aman akan meningkatkan kepercayaan dan *loyalitas* konsumen terhadap suatu perusahaan.

d. Keluhan konsumen / indikator yang tidak terpenuhi dalam suatu peraturan

Item pengungkapan selanjutnya adalah mengenai keluhan konsumen atau pelayanan pelanggan. Suatu perusahaan diharapkan tidak hanya berfokus pada produk yang dihasilkan (*product-oriented*) melainkan memberikan pelayanan terhadap konsumen yang memuaskan (*consumer-oriented*) dengan menyediakan pusat layanan keluhan konsumen setelah proses jual beli.

3. Karyawan

Othman dan Thani (2010) memaparkan bahwa masyarakat Islam ingin mengetahui apakah karyawan-karyawan perusahaan telah diperlakukan secara adil dan wajar melalui informasi-informasi yang diungkapkan, seperti upah, karakteristik pekerjaan, jam kerja per hari, libur tahunan, jaminan kesehatan dan kesejahteraan, kebijakan terkait waktu dan tempat ibadah, pendidikan dan

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

#### 4. Masyarakat

Item-item pengungkapan dalam tema masyarakat yang digunakan dalam penelitian ini adalah sadaqah / donasi, wakaf, qardul hassan, sukarelawan dari pihak karyawan, pemberian beasiswa, pemberdayaan kerja bagi siswa yang lulus sekolah / kuliah berupa magang atau praktik kerja lapangan, pengembangan dalam kepemudaan, peningkatan kualitas hidup masyarakat kelas bawah, kepedulian terhadap anak-anak, kegiatan amal / bantuan / kegiatan sosial lain, dan mensponsori berbagai macam kegiatan seperti kesehatan, hiburan, olahraga, budaya, pendidikan dan agama. Perusahaan memberikan bantuan dan kontribusi kepada masyarakat dengan tujuan semata-mata untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan membantu menyelesaikan permasalahan sosial di masyarakat seperti membantu memberantas buta aksara, memberikan beasiswa, dan lain-lain (Maali et al., 2006 dan Othman dan Thani, 2010).

#### 5. Lingkungan

Konsep yang mendasari tema lingkungan dalam penelitian ini adalah mizan, i'tidal, khilafah, dan akhirah. 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 dan Thani, 2010). Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Al-Quran surat Ar-Rum ayat 41 sebagai berikut :

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

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa item pengungkapan yang berhubungan dengan tema lingkungan yaitu konservasi lingkungan, perlindungan terhadap margasatwa, kegiatan mengurangi efek pemanasan global dengan meminimalisasi polusi, pengelolaan limbah, pengelolaan air bersih, pendidikan mengenai lingkungan, pemanfaatan limbah sekitar perusahaan yang diolah kembali menjadi suatu produk baru, pernyataan verifikasi independen atau audit lingkungan, dan sistem manajemen lingkungan.

## 6. Tata Kelola Perusahaan

Konsep yang mendasari tema ini adalah konsep khilafah. Menurut Othman et al (2009), tema tata kelola perusahaan dalam ISR tidak bisa dipisahkan dari perusahaan guna memastikan pengawasan pada aspek syariah perusahaan. Secara formal, tata kelola perusahaan 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.

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

#### 2.1.8.3.1 Ukuran Perusahaan

Semakin besar ukuran perusahaan, biasanya informasi yang tersedia untuk investor dalam pengambilan keputusan sehubungan dengan investasi dalam perusahaan tersebut semakin banyak (Siregar dan Utama, 2005). Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat. Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* terhadap informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil.

Banyaknya pemegang saham menandakan jika perusahaan tersebut memerlukan lebih banyak pengungkapan yang dikarenakan adanya tuntutan dari para pemegang saham dan para analisis pasar modal (Gunawan, 2001). Ayu (2010) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan sukarela dan terhadap tingkat pengungkapan wajib. Menurut Buzby (dalam Hasibuan, 2001), perusahaan yang kecil akan mengungkapkan lebih rendah kualitasnya dibandingkan dengan perusahaan besar karena perusahaan tidak terdapat sumber daya dan dana yang cukup besar dalam laporan tahunan. Seorang manajemen khawatir apabila dengan adanya pengungkapan yang lebih banyak akan membahayakan posisi perusahaan terhadap kompetitor lain. Ketersediaan sumber daya dan dana membuat perusahaan merasa perlu membiayai penyediaan informasi untuk pertanggungjawaban sosialnya.

Ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan beberapa cara. Menurut Hossain et al. (2006), ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan jumlah karyawan, nilai total aset, dan volume penjualan. Namun, ketiga proxy tersebut sangat berkorelasi tinggi antara satu dengan yang lain. Cooke (1992) memaparkan bahwa ukuran perusahaan dapat diukur dengan modal saham, *turnover*, jumlah pemegang saham, total aset, aset lancar, aset tetap, *shareholder's fund*, dan *bank borrowing*. Indikator yang digunakan dalam

penelitian ini adalah total asset perusahaan yang diperoleh dari laporan posisi keuangan pada akhir periode dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikarenakan total asset menunjukkan jumlah kepemilikan asset yang dimiliki perusahaan yang dilihat dari penjumlahan asset lancar dengan asset tetap sehingga total asset dinilai lebih dapat mempresentasikan apakah suatu perusahaan masuk dalam kategori perusahaan ukuran besar atau kecil.

#### **2.1.8.3.2 Profitabilitas**

Menurut Munawir dalam Hariyani (2011), pengertian dari profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dan sejauh mana keefektifan pengelolaan perusahaan. Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan telah diyakini mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial yang dilakukan oleh pihak manajemen untuk membuat suatu perusahaan memperoleh keuntungan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. Sebaliknya, apabila profit perusahaan menurun, manajer akan cenderung mengurangi informasi yang diungkapkan dengan tujuan untuk menyembunyikan alasan-alasan mengapa profit perusahaan mengalami penurunan.

Dari perspektif Islam, perusahaan harus bersedia untuk memberikan pengungkapan penuh tanpa melihat apakah perusahaan memberikan keuntungan atau tidak. Perusahaan dengan profitabilitas yang lebih tinggi kemungkinan akan mengungkapkan informasi yang lebih dibandingkan perusahaan dengan profitabilitas yang kurang. Profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan beberapa cara, antara lain ROA, ROE, ROCA, laba per saham, dividen dalam suatu periode, margin keuntungan, tingkat pengembalian, dan lain-lain (Raditya, 2012). Nilai profitabilitas perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Return On Equity* (ROE). Hal ini dikarenakan ROE menunjukkan kinerja keuangan sehingga semakin tinggi ROE maka semakin baik kinerja keuangan yang kemungkinan besar perusahaan mempunyai kemampuan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas.

### 2.1.8.3.3 Kinerja Lingkungan Hidup

Kinerja lingkungan hidup adalah kinerja perusahaan untuk menciptakan lingkungan yang hijau (Suratno, 2007). Kinerja lingkungan hidup merupakan hasil yang dapat diukur melalui sistem manajemen lingkungan yang didasarkan pada kebijakan lingkungan, sasaran lingkungan dan target lingkungan.

Kinerja lingkungan hidup diukur dengan menggunakan PROPER dari KLH (Kementrian Lingkungan Hidup) yaitu dengan merinci peringkat hasil kinerja lingkungan hidup dari KLH berdasarkan kinerja lingkungan hidup dari setiap perusahaan agar dapat dibandingkan dengan masing-masing perusahaan untuk menjadi koreksi. Ukuran keberhasilan perusahaan dalam melaksanakan manajemen lingkungan dapat dilakukan dengan mengidentifikasi kinerja lingkungan proaktif.

Penerapan manajemen lingkungan ini memerlukan keterlibatan prinsip dasar kedalam strategi perusahaan. Prinsip-prinsip tersebut antara lain (Ja'far dan Arifah, 2006) :

1. Mengadopsi kebijakan lingkungan hidup yang bertujuan mengeliminasi polusi berdasarkan pada posisi siklus hidup operasional perusahaan, dan mengkomunikasikan kebijakan keseluruhan perusahaan dan para stakeholder.
2. Menetapkan secara obyektif kriteria efektifitas program lingkungan.
3. Membandingkan kinerja lingkungan perusahaan dengan perusahaan-perusahaan yang merupakan leader dalam satu industri dengan benchmarking dan menetapkan praktik terbaik (*best practice*).
4. Menetapkan budaya perusahaan bahwa kinerja lingkungan hidup merupakan tanggung jawab seluruh karyawan.
5. Menganalisis dampak berbagai issue lingkungan dalam kaitannya dengan permintaan terhadap produk masa depan terhadap produk dan persaingan industri.
6. Memberanikan diri melakukan diskusi tentang isu-isu lingkungan, khususnya melalui rapat pimpinan.
7. Mengembangkan anggaran untuk pembiayaan lingkungan.
8. Mengidentifikasi dan mengkuantifikasikan pertanggungjawaban lingkungan.

Selama ini pengukuran terhadap kinerja lingkungan hidup masih belum tercapai kesepakatan final. Hal ini karena setiap negara memiliki cara pengukuran sendiri-sendiri tergantung situasi dan kondisi lingkungan negara masing-masing. Di Indonesia, Kementrian Lingkungan Hidup telah menerapkan PROPER sebagai alat untuk memeringkat kinerja lingkungan perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia (Tamba, 2011).

### **2.1.9 PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan)**

PROPER adalah Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup yang diadakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH). Tujuan diadakannya program ini agar perusahaan terdorong untuk mentaati peraturan lingkungan hidup dan mencapai keunggulan lingkungan. PROPER dimulai sejak tahun 1996, terhenti pada tahun 1997-2001 karena krisis ekonomi. Pada tahun 2002 dihidupkan kembali dengan kriteria yang lebih lengkap. Tahun 2010-2014 penekanan diberikan pada dua hal yaitu ekstensifikasi PROPER, mendorong upaya sukarela perusahaan untuk menginternalisasi konsep-konsep lingkungan dalam kegiatan produksi. Terdapat kriteria penilaian PROPER yang tertuang pada Peraturan Menteri Lingkungan Hidup No. 5 tahun 2011 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup dimana peringkat kinerja PROPER dibedakan menjadi 5 warna, meliputi :

1. Emas, diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan dalam proses produksi dan/atau jasa melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.
2. Hijau, diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan melalui sistem pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan, pemanfaatan sumberdaya secara efisien melalui upaya 4R (Reduce, Reuse,

Recycle, dan Recovery), dan melakukan upaya tanggung jawab sosial dengan baik.

3. Biru, diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan dan/atau peraturan perundang-undangan.
4. Merah, diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang upaya pengelolaan lingkungan hidup dilakukannya tidak sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.
5. Hitam, diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian yang mengakibatkan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan serta pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

Kinerja lingkungan hidup perusahaan menurut Suratno et al (2006) adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*). Kinerja lingkungan perusahaan dalam penelitian ini diukur melalui PROPER atau Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup yang merupakan instrumen yang digunakan oleh Kementrian Negara Lingkungan Hidup untuk mengukur tingkat ketaatan perusahaan berdasarkan peraturan yang berlaku. PROPER diumumkan secara rutin kepada masyarakat, sehingga perusahaan yang dinilai akan memperoleh insentif maupun disinsentif reputasi, tergantung kepada tingkat ketaatannya.

Penilaian peringkat kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup dikembangkan Kementrian Lingkungan Hidup sebagai salah satu alternatif instrumen sejak 1995. Program ini awalnya dikenal dengan nama PROPER PROKASIH. Alternatif instrumen pentaatan dilakukan melalui penyebaran informasi tingkat kinerja pentaatan masing-masing perusahaan kepada *stakeholder* pada skala nasional. Program ini diharapkan dapat mendorong perusahaan untuk meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungannya. Dengan demikian dampak lingkungan dari kegiatan perusahaan dapat diminimalisasi (Rakhiemah dan Agustia, 2009).

### 2.1.10 *Jakarta Islamic Index (JII)*

*Jakarta Islamic Index (JII)* merupakan salah satu indeks di Bursa Efek Indonesia yang diluncurkan pada tanggal 3 Juli 2000. JII mengacu pada 30 saham yang sektor usahanya memenuhi prinsip Syariah Islam. Fatwa-fatwa DSN MUI tahun 2004 mengatur prinsip-prinsip syariah di bidang pasar modal yang menyatakan bahwa suatu sekuritas / efek di pasar modal dipandang telah memenuhi prinsip-prinsip syariah apabila telah memperoleh pernyataan kesesuaian syariah secara tertulis dari DSN-MUI. Seluruh anggota saham JII dinilai memenuhi syarat yang ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI dimana saham-saham yang masuk ke dalam JII-30 harus memenuhi unsur yang sama dengan indeks lainnya kecuali unsur haram dalam pandangan MUI. Unsur haram yang disyaratkan DSN-MUI pada umumnya terkait dengan kegiatan bisnis, yaitu tidak melakukan kegiatan bisnis yang terkait dengan alkohol, perjudian, produksi dengan bahan baku babi, pornografi, jasa keuangan dan asuransi konvensional.

Terdapat beberapa seleksi yang dilakukan *Jakarta Islamic Index* untuk menjadi anggota JII, meliputi :

1. Memilih kumpulan saham yang memiliki usaha utama yang tidak bertentangan dengan Syariah Islam.
2. Memilih saham yang memiliki rasio kewajiban terhadap aktiva tidak melebihi 90%, berdasarkan laporan tahunan atau semesteran terakhir.
3. Memilih 60 saham dari saham-saham itu yang memiliki rata-rata kapitalisasi pasar terbesar dalam setahun terakhir.
4. Memiliki nilai likuiditas perdagangan reguler rata-rata paling tinggi dalam setahun terakhir.

Saham-saham yang masuk kriteria JII adalah saham-saham halal dimana operasionalnya tidak mengandung unsur *ribawi* dan struktur permodalan perusahaan bukan mayoritas dari hutang. Selain halal, saham-saham yang masuk dalam JII juga merupakan saham-saham yang paling besar kapitalisasi pasarnya, dan paling *likuid*. Saham-saham JII mempunyai struktur modal yang sehat dan

tidak terbebani bunga hutang berlebihan, dengan kata lain *debt-to equity* rasionya masih proporsional.

Seperti indeks saham lainnya, indeks JII bersifat dinamis dalam arti secara periodik di *update* agar senantiasa responsif dengan pergerakan pasar dan sesuai dengan syariah.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Desain Penelitian	Hasil Penelitian
1	Tria Karina Putri (2013)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Islamic Social Reporting</i>	1. Variabel dependen: <i>Islamic Social Reporting</i> 2. Variabel independen: ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industri, surat berharga syariah 3. Model: regresi berganda	1. Faktor ukuran perusahaan, tipe industri, dan surat berharga syariah berpengaruh positif signifikan terhadap ISR di Indonesia. 2. Profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ISR di Indonesia

2	<p>Septi Widiawati (2012)</p>	<p>Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Islamic Social Reporting</i></p>	<p>1. Variabel dependen: <i>Islamic Social Reporting</i></p> <p>2. Variabel independen: ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industri dan jenis bank</p> <p>3. Model: regresi linier berganda</p>	<p>Ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industri dan jenis bank berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR</p>
3	<p>Othman et al. (2009)</p>	<p>Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Islamic Social Reporting</i> pada Perusahaan yang listing di Bursa Malaysia</p>	<p>1. Variabel dependen: <i>Islamic Social Reporting</i></p> <p>2. Variabel independen: ukuran perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan direksi Muslim, dan tipe industri</p> <p>3. Model: regresi</p>	<p>1. Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan ukuran dewan direksi Muslim berpengaruh signifikan terhadap <i>Islamic Social Reporting</i></p> <p>2. Tipe industri tidak berpengaruh</p>

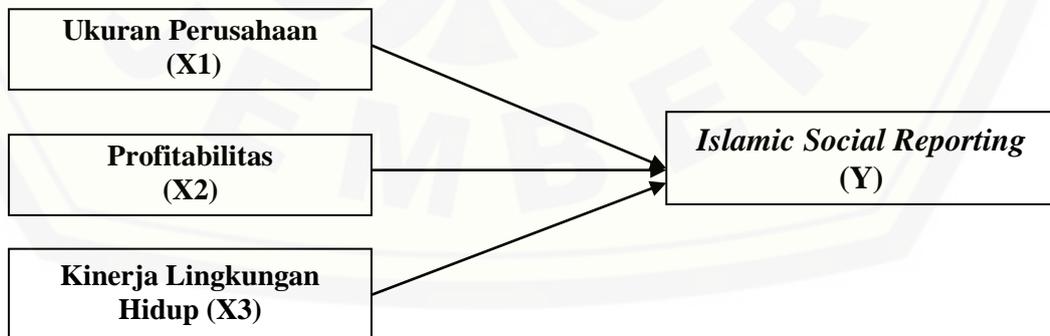
			linier berganda	terhadap Islamic Social Reporting
4	Aldehita Purnasanti Maulida (2014)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Islamic Social Reporting	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variabel dependen: Islamic Social Reporting</li> <li>2. Variabel independen: ukuran perusahaan, profitabilitas dan kinerja lingkungan hidup</li> <li>3. Model: regresi berganda</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Profitabilitas dan kinerja lingkungan hidup berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR</li> <li>2. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR</li> </ol>
5	Ayu (2010)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Islamic Social Reporting	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variabel dependen : Islamic Social Reporting</li> <li>2. Variabel independen: ukuran perusahaan,</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukuran perusahaan dan jenis industri tidak berpengaruh signifikan terhadap Islamic Social Reporting</li> </ol>

			profitabilitas dan jenis industri	2. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR
			3. Model: regresi linier berganda	

Berdasarkan dari beberapa penelitian terdahulu mengenai *Islamic Social Reporting* memperlihatkan hasil pengaruh yang berbeda-beda antara satu dan lainnya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel kegiatan sosial, ukuran perusahaan, profitabilitas, serta kinerja lingkungan hidup sebagai variabel bebas dan pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) sebagai variabel terikat. Periode penelitian ini adalah 2010-2013. Penelitian ini merupakan penelitian replika dari beberapa penelitian terdahulu yang telah disebutkan di atas. Pada penelitian ini yang menjadi faktor pembeda dengan penelitian terdahulu adalah menggunakan sampel perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) pada Bursa Efek Indonesia dengan periode 2010-2013.

### 2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis

Kerangka pemikiran teoritis yang diajukan untuk penelitian ini berdasarkan pada hasil telaah teoritis seperti yang telah diuraikan di atas. Berikut gambar dari kerangka teoritis.



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis

## 2.4 Perumusan Hipotesis

### 2.4.1 Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Faktor pertama yang akan diuji adalah ukuran perusahaan. Perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak, menyebabkan dampak yang lebih besar terhadap lingkungan, memiliki lebih banyak pemegang saham yang mungkin berkepentingan dengan program sosial perusahaan dan laporan keuangan menyediakan alat yang efisien dalam mengkomunikasikan informasi sosial perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, biasanya informasi yang tersedia untuk investor dalam pengambilan keputusan sehubungan dengan investasi dalam perusahaan tersebut semakin banyak (Siregar dan Utama, 2005).

Kieso et al (2001:193) mengatakan bahwa aktiva adalah manfaat ekonomi yang mungkin diperoleh di masa depan, atau dikendalikan oleh entitas tertentu sebagai hasil dari transaksi atau kejadian masa lalu. Ukuran perusahaan merupakan tingkat identifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak, menyebabkan dampak yang lebih besar. Adanya dugaan bahwa perusahaan kecil akan mengungkapkan lebih rendah kualitasnya dibandingkan dengan perusahaan besar, menurut Buzby (dalam Hasibuan, 2001). 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. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholders* yaitu perusahaan yang besar biasanya memiliki aktivitas yang lebih banyak dan kompleks, mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki *shareholder* yang lebih banyak, serta mendapat perhatian lebih dari kalangan publik, maka dari itu perusahaan besar mendapat tekanan yang lebih untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya ( Cowen et al., 1987) dalam (Amran dan Devi, 2008).

Secara lebih spesifik, penelitian yang terkait antara ukuran perusahaan dan ISR pernah dilakukan oleh Othman et al. (2009) dan Raditya (2012) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). Hasil penelitian Cooke (1992),

Owusu-Ansah (1998), Ho dan Wong (2001), serta Haniffa dan Cooke (2005) juga telah membuktikan bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan menggunakan pengukuran total *asset* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap tingkat pengungkapan wajib maupun sukarela. Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Othman et al. (2009), penelitian ini menduga bahwa perusahaan yang lebih besar akan cenderung melakukan pengungkapan ISR secara lebih luas. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah :

**H1 : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)**

#### **2.4.3 Profitabilitas dan Pengungkapan *Islamic Social Reporting***

Faktor kedua yang diuji terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada penelitian ini adalah profitabilitas. Profitabilitas digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dan untuk melihat keefektivan manajemen suatu perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Menurut Watts dan Zimmerman (1986), perusahaan dengan *profit* yang lebih tinggi memiliki kecenderungan untuk melakukan intervensi kebijakan. Oleh karena itu, perusahaan tersebut akan terdorong untuk mengungkapkan informasi yang lebih rinci dalam laporan tahunan mereka dalam rangka mengurangi biaya politik dan menunjukkan kinerja keuangan kepada publik. Semakin tinggi profitabilitas berarti semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga akan semakin luas pengungkapan yang dilakukan perusahaan.

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial syariah kepada pemegang saham (Heinze, 1976 dalam Anggraini, 2006). Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, semakin besar pengungkapan *Islamic Social Reporting* yang dilakukan perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholders*, teori ini menyatakan perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Makin *powerful* *stakeholders*, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi (Gray, Kouhy dan Adams, 1994 dalam Chariri,

2008, hal. 159). Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya (Gray, Kouhy dan Adams, 1994 dalam Chariri, 2008, hal. 159). Suatu perusahaan yang memiliki *profit* lebih besar harus lebih aktif melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan secara syariah (Amran dan Devi, 2008).

Profitabilitas dapat diukur dengan beberapa cara, antara lain ROA, ROE, ROCE, laba per saham, deviden dalam suatu periode, margin keuntungan, tingkat pengembalian, dan lain-lain. Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur dengan menggunakan ROE (*Return On Equity*) yang digunakan untuk mengukur efektivitas dari modal perusahaan sendiri dalam menghasilkan keuntungan bagi seluruh pemegang saham, baik saham biasa maupun *preferen*. ROE menunjukkan kemampuan manajemen dalam mengelola modal yang tersedia untuk mendapatkan *net income*. Semakin tinggi return semakin baik karena berdampak pada semakin besarnya dividen yang dibagikan atau berdampak pada semakin besarnya *retained earning* yang ditanamkan kembali. Hasil penelitian Raditya (2012), Widiawati dan Raharja (2012) serta Dahlia dan Siregar (2008) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap luas pengungkapan ISR. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah :

**H2 : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)**

#### **2.4.4 Kinerja Lingkungan Hidup dan Pengungkapan *Islamic Social Reporting***

Faktor ketiga yang diuji pengaruhnya terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* adalah kinerja lingkungan hidup. Kinerja lingkungan hidup menurut Ali (2004) adalah mekanisme perusahaan secara sukarela mengintegrasikan perhatiannya terhadap lingkungan ke dalam operasi dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi. Menurut Verrecchia (1983) dalam Rakhiemah dan Agustia (2009) menyatakan bahwa pelaku lingkungan yang baik percaya bahwa dengan mengungkapkan *performance* mereka berarti menggambarkan *good news* bagi pelaku pasar. Oleh karena itu, perusahaan dengan kinerja lingkungan hidup yang baik perlu

mengungkapkan informasi kuantitas dan mutu lingkungan yang lebih dibandingkan dengan perusahaan dengan kinerja lingkungan hidup yang lebih buruk.

Keikutsertaan perusahaan dalam PROPER sendiri sudah memberikan hal yang positif akan kepedulian lingkungan dan sosial perusahaan dimana perusahaan dengan kinerja lingkungan hidup baik akan cenderung mengungkapkan *performance* perusahaan dalam tanggung jawab sosial syariah dengan baik, karena perusahaan percaya bahwa hal itu berarti menggambarkan *good news* bagi pelaku pasar. Yang melandasi hubungan antara kinerja lingkungan hidup dengan *performance* perusahaan adalah teori legitimasi, yaitu kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi. Perusahaan melakukan kegiatan usaha dengan batasan-batasan yang ditentukan oleh norma-norma, nilai-nilai sosial dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan (Chariri, 2007). Perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan untuk memberikan legitimasi aktivitas perusahaan dimata masyarakat (Chariri, 2007).

Hubungan antara kinerja lingkungan hidup dengan perusahaan juga dilandasi dengan *syariah enterprise theory* yang menegaskan Allah sebagai pusat karena Allah SWT sebagai pencipta dan pemilik seluruh alam semesta serta sumber daya dimana perusahaan dengan kinerja lingkungan hidup yang baik membuktikan kepatuhan *stakeholder* untuk mempertanggungjawabkan kepada Allah SWT sebagai stakeholder tertinggi. Hasil penelitian Aldehita (2014), Rahmawati (2012), Rakhiemah dan Dian Agustia (2009), serta Sudaryanto (2011) menunjukkan kinerja lingkungan hidup berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan wajib maupun sukarela. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah :

**H3 : Kinerja lingkungan hidup berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)**

## BAB 3. METODE PENELITIAN

### 3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penekanan pada pengujian teori melalui variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Statistik merupakan alat analisis utama yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini dikategorikan sebagai *explanatory research* yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis.

### 3.2 Jenis dan Sumber Data

Data pada penelitian ini menggunakan data sekunder yang merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan (Indriantoro dan Supomo, 2009 : 147). Data yang digunakan pada penelitian ini berupa laporan tahunan (*annual report*) yang diterbitkan oleh perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) pada Bursa Efek Indonesia

### 3.3 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan syariah yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) tahun 2010-2013 yang berjumlah 30 perusahaan syariah. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang *representative* sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Adapun kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan yang *listing* di *Jakarta Islamic Index* (JII) selama periode 2010-2013.
2. Perusahaan yang tercatat di *Jakarta Islamic Index* (JII) dan mengikuti PROPER selama periode 2010-2013.

3. Perusahaan menerbitkan *annual report* untuk periode yang berakhir 31 Desember 2010-2013.
4. Data-data tentang variabel penelitian yang diperlukan tersedia lengkap dalam *annual report* yang diterbitkan.

### **3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel**

#### **3.4.1 Variabel Penelitian**

Penelitian yang akan dilakukan ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel terikat (*dependen*) dan variabel bebas (*independen*). Menurut Indriantoro dan Supomo (2009:63), variabel terikat adalah tipe variabel yang dapat dijelaskan atau dipengaruhi variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Islamic Social Reporting* (ISR). Indriantoro dan Supomo (2009:63) menjelaskan bahwa variabel bebas merupakan tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Variabel bebas dalam penelitian ini meliputi ukuran perusahaan, profitabilitas, dan kinerja lingkungan hidup.

#### **3.4.2 Definisi Operasional Variabel**

Operasional variabel didefinisikan sebagai penentuan *construct* sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional untuk tiap-tiap variabel yang digunakan sangat diperlukan untuk membatasi permasalahan yang diteliti.

##### **3.4.2.1 Variabel Terikat atau *Dependen Variable***

Variabel terikat atau *dependen variable* adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain (Sanusi, 2014). Pada penelitian ini variabel terikat yang digunakan adalah tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah pada laporan tahunan perusahaan syariah yang diukur dengan nilai (score) dari indeks *Islamic Social Reporting* (ISR) dari masing-masing perusahaan setiap tahun. Nilai indeks tersebut diperoleh dengan metode *content analysis* pada laporan tahunan perusahaan. Metode *content analysis* merupakan teknik analisis berbentuk dokumen dan teks yang berupaya menguantifikasi isi menurut kategori (indeks) yang sudah ditetapkan, dengan cara sistematis dan dapat diulang-ulang. Indeks yang digunakan dalam penelitian ini adalah indeks ISR tanpa pembobotan.

Adharani (2005) dalam Oktaviana (2009) memaparkan mengenai terdapat dua pertimbangan penggunaan teknik tanpa pembobotan dalam *scoring* indeks pengungkapan sukarela, meliputi :

1. Laporan tahunan disampaikan untuk tujuan umum sehingga informasi yang diberikan tidak dapat dilihat dari sudut kepentingan tertentu.
2. Pembobotan dapat mengandung subjektifitas karena tergantung pada penilaian dan argumentasi masing-masing peneliti.

Oleh karena itu, *scoring* indeks ISR dalam penelitian ini menggunakan metode *content analysis* tanpa pembobotan. Indeks ISR dalam penelitian ini terdiri atas 46 item pengungkapan yang tersusun dalam enam tema sesuai dengan penelitian Haniffa (2002) dan dimodifikasi dengan item-item pengungkapan pada penelitian Othman et al. (2009). Masing-masing item pengungkapan memiliki nilai 1 atau 0 dimana nilai 1 akan diberikan apabila item pada ISR terdapat dalam data perusahaan dan nilai 0 akan diberikan apabila item pada ISR tidak terdapat dalam data perusahaan. Nilai-nilai tersebut kemudian dijumlahkan baik menurut masing-masing tema maupun secara keseluruhan sehingga nilai terbesar adalah 46 dan nilai terkecil adalah 0 untuk setiap perusahaan dalam setiap tahun. Berikut pengukuran indeks ISR setelah *scoring* pada indeks ISR selesai dilakukan.

$$\text{Disclosure Level} = \frac{\text{Jumlah skor disclosure yang dipenuhi}}{\text{Jumlah skor maksimum}}$$

Persamaan di atas telah banyak digunakan oleh beberapa penelitian terdahulu yaitu Widiawati (2012), Raditya (2012), dan Othman dan Thani (2010) sehingga telah teruji keandalannya.

### 3.4.2.2 Variabel Bebas atau *Independent Variable*

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi :

#### 1. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya suatu perusahaan yang diukur dengan total *asset* perusahaan. Total *asset* perusahaan diperoleh dari laporan posisi keuangan pada akhir periode dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikarenakan total *asset* menunjukkan jumlah kepemilikan *asset* yang dimiliki perusahaan yang dilihat dari penjumlahan dari *asset* lancar dengan *asset* tetap, sehingga total *asset* dinilai lebih dapat mempresentasikan apakah suatu perusahaan masuk dalam kategori perusahaan ukuran besar atau kecil. Variabel ukuran perusahaan ini menggunakan satuan mata uang rupiah dan diberi simbol "*size*". Ukuran perusahaan di logaritma natural untuk menyamakan dengan variabel lain sehingga terbentuk rumus :

$$\text{Size} = \text{Ln} (\text{Total Asset})$$

#### 2. Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba. Nilai profitabilitas perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Return On Equity* (ROE). Hal ini dikarenakan ROE menunjukkan kinerja keuangan yang dilihat dari perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan total *ekuitas*. Sehingga semakin tinggi ROE makin baik kinerja keuangan kemungkinan besar perusahaan mempunyai kemampuan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara islami lebih luas. Variabel profitabilitas ini menggunakan satuan mata uang rupiah dan diberi simbol dengan "*profit*". Berikut rumus untuk menghitung profitabilitas.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Equity}}$$

### 3. Kinerja Lingkungan Hidup

Pengukuran kinerja lingkungan hidup dalam penelitian ini dengan melihat prestasi perusahaan dalam mengikuti Program Penilaian Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER). Pemeringkatan PROPER tersebut menggunakan lima warna sebagai nilai (skor) masing – masing perusahaan. Score PROPER ini diperoleh dari press PROPER yang diumumkan secara rutin oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH). Berikut sistem peringkat kinerja PROPER yang mencakup pemeringkatan perusahaan dalam lima (5) warna.

Emas	: Sangat baik,	skor = 5
Hijau	: Baik;	skor = 4
Biru	: Cukup;	skor = 3
Merah	: Buruk;	skor = 2
Hitam	: Sangat buruk;	skor = 1

### 3.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk mengetahui dispersi dan distribusi data. Uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji kelayakan model regresi yang selanjutnya akan digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

#### 3.5.1 Statistik Deskriptif

Indriantoro dan Supomo (2009:170) menjelaskan bahwa statistik deskriptif dalam penelitian pada dasarnya merupakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan. Menurut Indriantoro (2008:170), statistik deskriptif digunakan untuk memberikan informasi mengenai karakteristik dari variabel penelitian dan untuk mengetahui hubungan antara variabel penelitian. Statistik deskriptif memberikan gambaran tentang distribusi frekuensi variabel-variabel penelitian, nilai maksimum, minimum, dan nilai rata-rata (*mean*).

### 3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kelayakan penggunaan model regresi sehingga tidak menimbulkan bias dalam analisis data. Menurut Latan dan Temalagi (2013:56), uji asumsi klasik terdiri atas uji normalitas, uji multikolonieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

#### 3.5.2.1 Uji Normalitas

Menurut Tyagita (2009), uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak, baik variabel dependen dan variabel independennya. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Latan dan Temalagi, 2013). Ada dua cara yang digunakan pada uji normalitas yaitu dengan menggunakan Grafik Normal *Probability Plot* dan *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Distribusi normal yang dihasilkan dengan menggunakan uji Normal *Probability Plot* akan membentuk satu garis lurus diagonal dan *ploting* data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Uji normalitas dengan menggunakan uji non parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S), residual data dikatakan terdistribusi normal apabila nilai *Asymp Sig* lebih dari 0,05 (5%). Analisis ini dilakukan dengan bantuan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS).

#### 3.5.2.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna diantara variabel bebas (Sanusi, 2014). Menurut Porter (2011), multikolonieritas di dalam model regresi dapat dideteksi melalui tiga hal, yaitu :

1. Nilai  $R^2$  yang dihasilkan sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel *independen* banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen

2. Menganalisis matriks korelasi variabel-variabel *independen*.
3. Dilihat dari nilai *Tolerance* dan lawannya serta *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *Tolerance*  $\geq 0,10$  atau sama dengan VIF  $\leq 0,10$ , dapat diartikan tidak terjadi multikolonieritas dan sebaliknya apabila nilai *Tolerance*  $\leq 0,10$  atau sama dengan VIF  $\geq 0,10$  maka terjadi multikolonieritas.

### 3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual antara satu pengamatan dengan lainnya. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut homokedastisitas. Jika varian berbeda disebut dengan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Cara untuk dapat mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan *Scatterplot* dan Uji *Glejser*. Menurut Ghozali (2011), terdapat beberapa kriteria analisis yang digunakan pada uji heteroskedastisitas dengan grafik *Scatterplot*, yaitu :

1. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar dan menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas
2. Jika tidak terdapat pola yang jelas serta terdapat titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Menurut (Ghozali, 2011), uji *glejser* digunakan untuk meregresi nilai absolut residual terhadap variabel *independen*. Jika variabel *independen* secara statistik berpengaruh signifikan (kurang dari 0,05 atau 5%) terhadap variabel *independen*, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Jika variabel *independen* secara statistik tidak berpengaruh signifikan (lebih dari 0,05 atau 5%), maka regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

### 3.5.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$ . Model regresi yang baik adalah tidak terjadi autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu yang berkaitan satu sama lainnya. Cara untuk menguji autokorelasi dapat dilakukan dengan melakukan uji *Durbin Watson* (DW). Menurut Sanusi (2014:136), jika nilai DW terletak antara batas atas *upper bound* ( $du$ ), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol atau tidak ada autokorelasi. Jika nilai DW lebih rendah dari batas atas atau *lower bound* ( $dl$ ), maka koefisien autokorelasi lebih besar dari nol atau autokorelasi positif.

### 3.5.3 Uji Hipotesis

#### 3.5.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai pengaruh variabel-variabel *independen* (lebih dari satu) yang digunakan terhadap variabel *independen*. Penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$ISR = \alpha + \beta_1 SIZE + \beta_2 PROFIT + \beta_3 LINK + e$$

Keterangan :

ISR	: Tingkat <i>Islamic Social Reporting</i>
$\alpha$	: Regresi yang diterima
$\beta_i$	: Parameter yang diestimasi
SIZE	: Ukuran perusahaan, Total Asset (Ln)
PROFIT	: Profitabilitas, ROE
LINK	: Kinerja lingkungan, PROPER
e	: <i>Error term</i>

### 3.5.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh model yang digunakan untuk dapat menjelaskan variabel terikat (Sanusi, 2014). Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas dan sebaliknya.

### 3.5.5 Uji Signifikansi / Pengaruh Simultan (Uji F)

Uji F menunjukkan apakah variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel *dependen*-nya. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Menurut Latan dan Temalagi (2013), kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis, yaitu :

1. Bila F hitung  $>$  F tabel atau probabilitas  $<$  nilai signifikan ( $\text{Sig} \leq 0,05$ ), maka hipotesis dapat ditolak
2. Bila F hitung  $<$  F tabel atau probabilitas  $>$  nilai signifikan ( $\text{Sig} \geq 0,05$ ), maka hipotesis diterima.

### 3.5.6 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

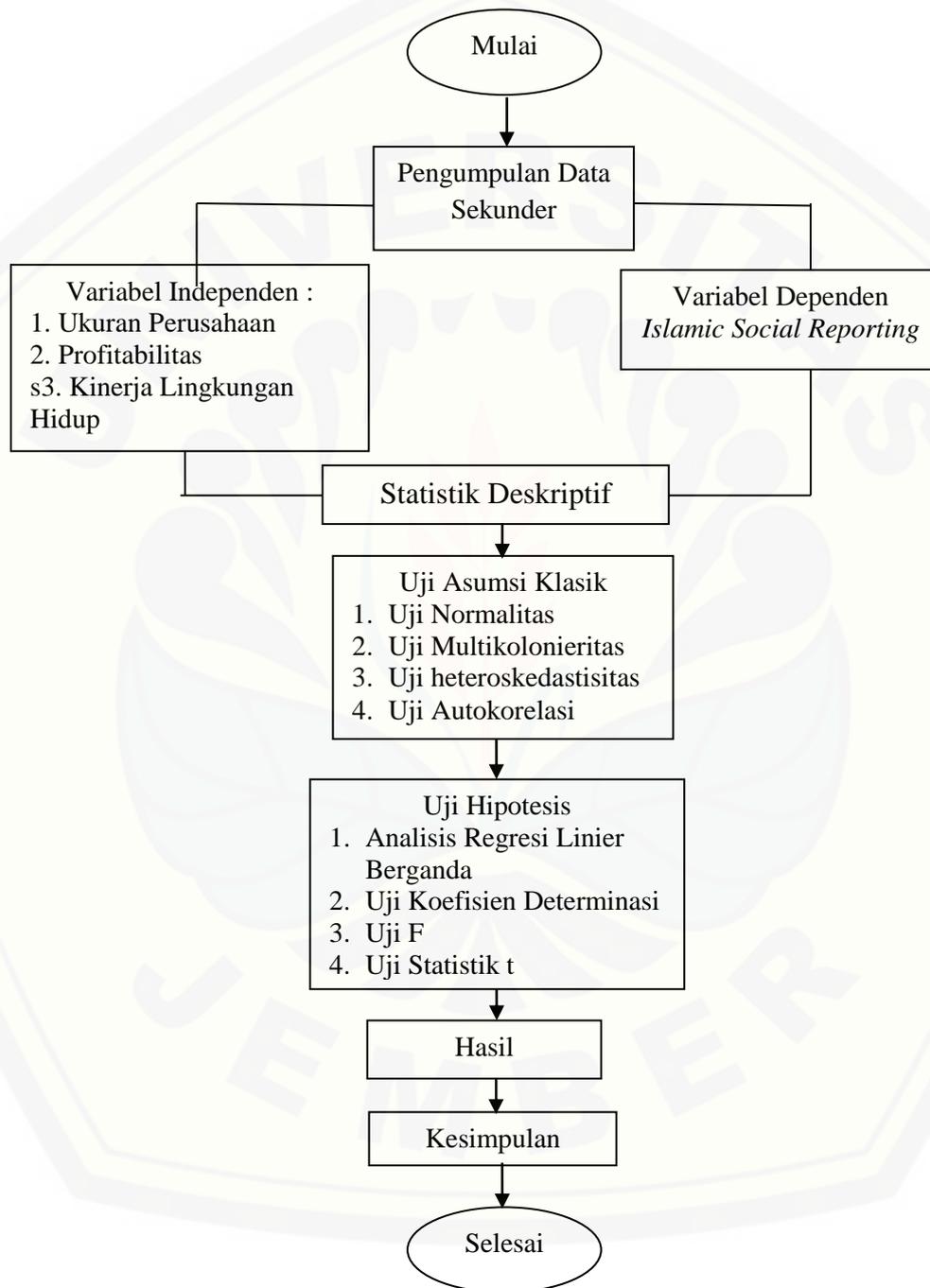
Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independen* terhadap variabel *dependen* dengan menganggap variabel *independen* lainnya konstan.

Pada uji t, nilai t hitung akan dibandingkan dengan nilai t tabel, dilakukan dengan cara sebagai berikut (Latan dan Temalagi, 2013) :

1. Bila t hitung  $>$  t tabel atau probabilitas  $<$  tingkat signifikansi ( $\text{Sig} < 0,05$ ) dan koefisien regresi yang dihasilkan positif, maka hipotesis diterima
2. Bila t hitung  $<$  t tabel atau probabilitas  $>$  tingkat signifikansi ( $\text{Sig} > 0,05$ ) maka hipotesis ditolak.

### 3.6 Kerangka Pemecahan Masalah

Untuk mengetahui secara ringkas alur pemecahan masalah dalam penelitian ini, dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah

Keterangan pemecahan masalah dijelaskan sebagai berikut.

1. Penelitian ini dimulai dari tahap pengumpulan data sekunder dari *Jakarta Islamic Index* yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia
2. Melakukan perhitungan variabel independen yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, dan kinerja lingkungan hidup serta variabel dependen berupa pengungkapan *Islamic Social Reporting*
3. Melakukan analisis statistik deskriptif
4. Melakukan uji asumsi klasik dengan menggunakan uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS
5. Melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi berganda, uji koefisien determinasi, uji F dan uji t yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS
6. Mengambil kesimpulan dan saran dari hasil yang didapat dari analisis
7. Stop, merupakan titik akhir penelitian

## BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 3.1.1 Proses Pemilihan Sampel

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan kinerja lingkungan hidup terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). Periode penelitian adalah selama empat tahun, yaitu tahun 2010-2013 yang dilakukan pada perusahaan yang *listed* di *Jakarta Islamic Index*. Data variabel penelitian yang dikumpulkan berupa data sekunder ukuran perusahaan, profitabilitas, kinerja lingkungan hidup dan indeks ISR. Proses pengambilan sampel penelitian dijelaskan pada tabel 4.1.

**Tabel 4.1 Proses Pengambilan Sampel**

No.	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan yang <i>listing</i> di <i>Jakarta Islamic Index</i> (JII) pada tahun 2010 – 2013	30
2	Perusahaan yang keluar masuk dari <i>Jakarta Islamic Index</i> selama periode pengamatan	(17)
3	Perusahaan yang tidak mengikuti PROPER tahun 2010 – 2013	(5)
<b>Total Perusahaan</b>		<b>8</b>
<b>Total sampel selama empat tahun periode penelitian</b>		<b>32</b>

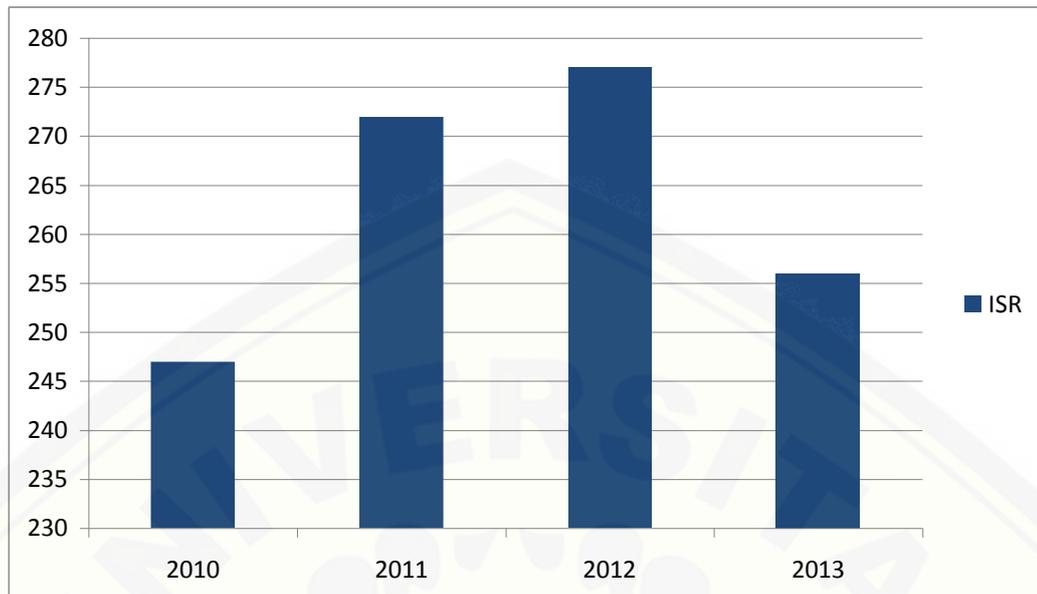
Delapan perusahaan di *Jakarta Islamic Index* yang menjadi sampel dalam penelitian ini disajikan dalam tabel sebagai berikut.

**Tabel 4.2 Perusahaan yang Dijadikan Sampel**

No	Kode	Nama Perusahaan	Sektor	Sub Sektor
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk	Pertanian	Perkebunan
2	INTP	Indocement Tunggal Prakarsa Tbk	Industri Dasar dan Kimia	Semen
3	KLBF	Kalbe Farma Tbk	Industri Barang Konsumsi	Farmasi
4	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk	Pertanian	Perkebunan
5	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam Tbk	Pertambangan	Pertambangan Batubara
6	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk	Industri Dasar dan Kimia	Semen
7	UNTR	United Tractors Tbk	Perdagangan dan Investasi	Usaha Grosir
8	UNVR	Unilever Indonesia Tbk	Industri Barang Konsumsi	Kosmetik dan Rumah Tangga

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa perusahaan masing-masing sektor yang memenuhi kriteria pengambilan sampel adalah sektor pertanian (*agriculture*) sebanyak 2 perusahaan, industri dasar dan kimia (*basic industry and chemical*) sebanyak 2 perusahaan, industri barang konsumsi (*consumers good industry*) sebanyak 2 perusahaan, pertambangan (*mining*) terdapat 1 perusahaan dan perdagangan dan investasi (*trade and investment*) ada 1 perusahaan.

Skor indeks ISR yang merupakan variabel terikat dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode *content analysis* terhadap laporan tahunan perusahaan sampel dalam kurun waktu 2010-2013. Berikut diagram total skor indeks ISR tahun 2010-2013.



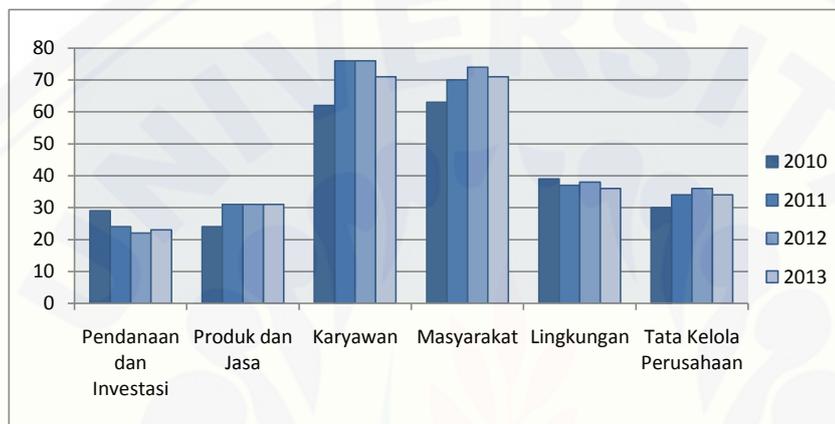
**Gambar 4.1 Total Skor Indeks ISR Tahun 2010-2013**

Berdasarkan gambar 4.1 dapat dilihat bahwa secara keseluruhan skor indeks ISR mengalami ketidakkonsistenan selama tahun 2010-2013 yaitu dengan total sebanyak 247 pokok pengungkapan di tahun 2010, 272 pokok pengungkapan di tahun 2011, 277 pokok pengungkapan di tahun 2012 dan turun sebanyak 256 pokok pengungkapan di tahun 2013.

Adanya ketidakkonsistenan perusahaan dalam melakukan pelaporan sosial secara islami menunjukkan bahwa adanya perbedaan antara perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah dengan baik, namun ada pula perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah dengan sangat minim meskipun perusahaan tersebut telah dikategorikan sebagai perusahaan syariah oleh badan otoritas pasar modal dan lembaga keuangan. Perbedaan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah setiap perusahaan dapat disebabkan oleh faktor internal dan eksternal perusahaan. Salah satu contoh faktor internal adalah kebijakan pimpinan setiap perusahaan. Menurut Fitria dan Hartanti (2010), kebijakan pimpinan sangat mempengaruhi pola pelaksanaan tanggung jawab sosial di perusahaan syariah. Salah satu contoh faktor eksternal adalah tekanan dari para pemangku

kepentingan masing-masing perusahaan syariah untuk melaksanakan, melaporkan, dan mengungkapkan tanggung jawab sosial yang sesuai dengan ketentuan syariah.

Pembahasan *content analysis* juga dapat dilakukan dari segi masing-masing tema indeks ISR. Indeks ISR terdiri atas enam tema, antara lain pendanaan dan investasi, produk dan jasa, karyawan, masyarakat, lingkungan dan tata kelola perusahaan.



**Gambar 4.2 Total Skor Indeks ISR Masing-masing Tema Tahun 2010-2013**

Tabel 4.3 Skor Indeks ISR Masing-masing Tema

Tahun	Pendanaan dan Investasi	Produk dan Jasa	Karyawan	Masyarakat	Lingkungan	Tata Kelola Perusahaan
2010	29	24	62	63	39	30
2011	24	31	76	70	37	34
2012	22	31	76	74	38	36
2013	23	31	71	71	36	34

Sesuai dengan hasil di atas, secara umum skor indeks ISR untuk masing-masing tema mengalami ketidakkonsistenan selama tahun 2010-2013, kecuali tema produk dan jasa yang mengalami peningkatan dari tahun 2010 mendapatkan

24 pokok pengungkapan, tahun 2011 mendapatkan 31 pengungkapan serta tahun 2012 dan tahun 2013 relatif konstan yaitu tetap mendapatkan 31 pengungkapan. Adanya ketidakkonsistenan perusahaan dalam melakukan pelaporan sosial secara islami menunjukkan bahwa ada perbedaan antara perusahaan yang mengungkapkan secara baik dan mengungkapkan secara buruk yang disebabkan pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah masih bersifat sukarela dimana tidak adanya standar mengenai pelaksanaan pelaporan sosial secara islami sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan syariah menjadi tidak seragam.

#### 4.2 Statistik Deskriptif

Pengujian deskriptif dimaksudkan untuk memberikan gambaran tentang suatu data yang dilihat dari minimum, maksimum, rata-rata dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Hasil analisis deskriptif masing-masing variabel disajikan pada Tabel 4.3.

**Tabel 4.4 Hasil Analisis Deskriptif**

Variabel	Nilai minimum	Nilai maksimum	Rata-rata	Standar deviasi
Ukuran perusahaan ( $X_2$ )	29,347	31,680	30,289	0,609
Profitabilitas ( $X_3$ )	0,120	1,260	0,358	0,300
Kinerja lingkungan hidup ( $X_4$ )	2,000	5,000	3,688	0,931
Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> (Y)	0,570	0,890	0,720	0,070

Sumber : Lampiran 4, data diolah

Berdasarkan tabel di atas, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa nilai ukuran perusahaan terendah sebesar 29,347 dan nilai tertinggi sebesar 31,680 dengan nilai rata-rata sebesar 30,289 dan standar deviasi sebesar 0,609.

Nilai profitabilitas terendah sebesar 0,120 dan nilai tertinggi sebesar 1,260. Rata-rata nilai profitabilitas sebesar 0,358 dengan standar deviasi sebesar 0,300. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien penggunaan aktiva tersebut. Sebaliknya jika rasio ini menurun dapat sebagai salah satu indikator tingkat efisiensi penggunaan seluruh aktiva untuk operasional perusahaan.

Nilai kinerja lingkungan hidup terendah sebesar 2,000 dan nilai tertinggi sebesar 5,000. Rata-rata nilai kinerja lingkungan hidup sebesar 3,688 dengan standar deviasi sebesar 0,931. Nilai kinerja lingkungan hidup merupakan 3,688 menunjukkan bahwa keikutsertaan perusahaan dalam PROPER sendiri sudah memberikan hal yang positif akan kepedulian lingkungan dan sosial perusahaan dimana perusahaan dengan kinerja lingkungan hidup baik akan cenderung mengungkapkan *performance* perusahaan dalam tanggung jawab sosial syariah, karena perusahaan percaya bahwa hal itu berarti menggambarkan *good news* bagi pelaku pasar

Nilai rata-rata pengungkapan *Islamic Social Reporting* sebesar 0,570 dengan standar deviasi sebesar 0,890. Adapun nilai pengungkapan *Islamic Social Reporting* terendah adalah 0,720 dan nilai tertinggi sebesar 0,070. Nilai rata-rata *Islamic Social Reporting* (ISR) mendekati satu menunjukkan bahwa perusahaan telah melaksanakan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah pada laporan tahunan perusahaan syariah yang diukur dengan nilai (*score*) dari indeks *Islamic Social Reporting* (ISR)

### **4.3 Uji Asumsi Klasik**

#### **4.3.1 Uji Normalitas**

Normalitas data diuji dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan *level of significant* 5%. Pengujian dilaksanakan terhadap masing-masing variabel independen (ukuran perusahaan, profitabilitas dan kinerja lingkungan hidup) dan variabel dependen (pengungkapan *Islamic Social Reporting*). Hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* disajikan pada Tabel 4.4.

**Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas**

Variabel	Nilai Z <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	Signifikansi
Ukuran perusahaan ( $X_1$ )	0,775	0,585
Profitabilitas ( $X_2$ )	1,435	0,051
Kinerja lingkungan hidup ( $X_3$ )	1,385	0,069
Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> (Y)	0,615	0,844

Sumber : Lampiran 5, data diolah

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai signifikansi uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* pada masing-masing variabel yaitu ukuran perusahaan ( $X_1$ ) sebesar 0,585, profitabilitas ( $X_2$ ) sebesar 0,051, kinerja lingkungan hidup ( $X_3$ ) sebesar 0,069 dan pengungkapan *Islamic Social Reporting* sebesar 0,844. Hasil ini menunjukkan nilai signifikansi dari masing-masing variabel adalah lebih besar dari  $\alpha$  (0,05), sehingga menunjukkan data dari variabel-variabel penelitian termasuk distribusi normal.

#### 4.3.2 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas terjadi apabila terdapat hubungan yang sempurna atau hampir sempurna antara variabel-variabel independen, sehingga sulit untuk memisahkan pengaruh tiap-tiap variabel itu secara individu terhadap variabel dependen. Gejala terjadinya hubungan multikolinieritas dapat diketahui dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yang didapat jika menggunakan program SPSS. Multikolinier terjadi jika nilai VIF masing-masing variabel lebih dari 10.

**Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Toleransi	VIF
Ukuran perusahaan ( $X_1$ )	0,963	1,039
Profitabilitas ( $X_2$ )	0,860	1,163
Kinerja lingkungan hidup ( $X_3$ )	0,891	1,123

Sumber : Lampiran 5, data diolah

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai VIF pada masing-masing variabel yaitu variabel ukuran perusahaan ( $X_1$ ) sebesar 1,039, variabel profitabilitas ( $X_2$ ) sebesar 1,163 dan variabel kinerja lingkungan hidup ( $X_3$ ) sebesar 1,123. Hasil ini menunjukkan nilai VIF dari masing-masing variabel independen adalah kurang dari 10, sehingga pada variabel-variabel independen tidak terjadi multikolinier.

### 4.3.3 Uji Autokorelasi

Untuk mendiagnosis adanya autokorelasi dalam satu model regresi dilakukan pengujian terhadap nilai uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut.

**Tabel 4.7 Ketentuan Uji Durbin-Watson**

Durbin-Watson	Kesimpulan
Kurang dari 1,10	Ada autokorelasi
1,10 – 1,54	Tanpa kesimpulan
1,55 – 2,46	Tidak ada autokorelasi
2,46 – 2,90	Tanpa kesimpulan
Lebih dari 2,91	Ada autokorelasi

Sumber : Algifari (1996)

**Tabel 4.8 Uji Durbin-Watson**

Model	Durbin-Watson
1	1,944

Sumber : Lampiran 5, data diolah

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai Durbin-Watson Test sebesar 1,944 dari uji autokorelasi yang dilakukan dan berada pada kisaran 1,55-2,46. Berdasarkan nilai tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi di atas tidak terdapat autokorelasi.

#### 4.3.4 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi apabila distribusi probabilitas tetap sama (konstan) dalam semua observasi variabel independen dan varians setiap residual adalah sama untuk semua nilai dari variabel independen. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas yang digunakan adalah uji *Glejser*, yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap masing-masing variabel independen. Adapun hasil uji heteroskedastisitas disajikan pada tabel berikut :

**Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	t-hitung	t-tabel	Sig.
Ukuran perusahaan ( $X_1$ )	-0,500	2,052	0,621
Profitabilitas ( $X_2$ )	-2,519		0,018
Kinerja lingkungan hidup ( $X_3$ )	2,399		0,023

Sumber : Lampiran 5, data diolah

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai t-hitung dari masing-masing variabel adalah ukuran perusahaan ( $X_1$ ) sebesar -0,500 ( $p = 0,621$ ), profitabilitas ( $X_2$ ) sebesar -2,519 ( $p = 0,018$ ) dan kinerja lingkungan hidup ( $X_3$ ) sebesar 2,399 ( $p = 0,023$ ), sedangkan nilai t-tabel uji ini adalah sebesar 2,052. Hal ini berarti masing-masing variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai absolut residual, yang menunjukkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas antar variabel independen.

#### 4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas yaitu kegiatan sosial ( $X_1$ ), ukuran perusahaan ( $X_2$ ), profitabilitas ( $X_3$ ) dan kinerja lingkungan hidup ( $X_4$ ) terhadap variabel terikat yaitu pengungkapan *Islamic Social Reporting* ( $Y$ ) digunakan Analisis Regresi Linier Berganda dengan bantuan perhitungan komputer program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Berikut tabel rekapitulasi hasil analisis regresi linier berganda.

**Tabel 4.10 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

No	Variabel Bebas	Koefisien regresi	Penyajian Hipotesis		Signifikansi
			t-hitung	t-tabel	
1.	Ukuran perusahaan (X <sub>1</sub> )	0,048	2,404	2,052	0,023
2.	Profitabilitas (X <sub>2</sub> )	-0,008	-0,192		0,849
3.	Kinerja lingkungan hidup (X <sub>3</sub> )	0,014	1,070		0,294
Konstanta		= -0,774			
Adjusted R <sup>2</sup>		= 0,122			
R <sup>2</sup>		= 0,207			
Signifikansi		= 0,000			
F-hitung		= 2.431			
F-tabel (5%,5,30)		= 2,912			

Sumber : Lampiran 6, data diolah

#### 4.4.1 Persamaan Regresi

Hasil perhitungan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -0,774 + 0,048 X_1 + (-0,008) X_2 + 0,014 X_3$$

Dari persamaan regresi linier berganda di atas dapat dilihat pengaruh dari variabel-variabel independen (ukuran perusahaan, profitabilitas dan kinerja lingkungan hidup) terhadap variabel dependen (pengungkapan *Islamic Social Reporting*), sedangkan makna dari persamaan regresi linier berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Konstanta persamaan regresi ( $b_0$ ) bernilai negatif sebesar 0,774, berarti bahwa jika tidak terdapat nilai-nilai pada variabel independen maka pengungkapan *Islamic Social Reporting* adalah sebesar -0,774.
- Koefisien regresi variabel ukuran perusahaan ( $b_1$ ) bernilai positif sebesar 0,048, berarti bahwa peningkatan ukuran perusahaan sebesar satu satuan maka akan terjadi peningkatan pengungkapan *Islamic Social Reporting* sebesar 0,048 dengan asumsi variabel-variabel bebas lainnya konstan.

- c. Koefisien regresi variabel profitabilitas ( $b_2$ ) bernilai negatif sebesar 0,008, berarti bahwa peningkatan profitabilitas sebesar satu satuan maka akan terjadi penurunan pengungkapan *Islamic Social Reporting* sebesar 0,008 dengan asumsi variabel-variabel bebas lainnya konstan.
- d. Koefisien regresi variabel kinerja lingkungan hidup ( $b_4$ ) bernilai positif sebesar 0,014, berarti bahwa peningkatan kinerja lingkungan hidup sebesar satu satuan maka akan terjadi peningkatan pengungkapan *Islamic Social Reporting* sebesar 0,014 dengan asumsi variabel-variabel bebas lainnya konstan.

#### 4.4.2 Pengujian Koefisien Regresi Secara Simultan dengan Uji F

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen (ukuran perusahaan, profitabilitas dan kinerja lingkungan hidup) terhadap variabel dependen (pengungkapan *Islamic Social Reporting*) secara simultan (bersama-sama). Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut :

1.  $H_0 : b_j = 0$ , berarti secara simultan tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel  $X_1, X_2, X_3$  terhadap  $Y$ .  
 $H_1 : b_j \neq 0$ , berarti secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel  $X_1, X_2, X_3$  terhadap  $Y$ .
2.  $\alpha = 0,05$
3. Kriteria pengujian :
  - $H_0$  diterima, apabila  $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ , berarti secara simultan tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel  $X_1, X_2, X_3$  terhadap  $Y$ .
  - $H_0$  ditolak, apabila  $F\text{-hitung} \geq F\text{-tabel}$ , berarti secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel  $X_1, X_2, X_3$  terhadap  $Y$ .

**Tabel 4.11 Rekapitulasi Hasil Uji F**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,032	3	,011	2,431	,086 <sup>a</sup>
	Residual	,122	28	,004		
	Total	,154	31			

Sumber : Lampiran 5, data diolah

Berdasarkan tabel 4.11, dapat diketahui nilai F-hitung sebesar 2,431 ( $p = 0,000$ ) dan nilai F-tabel sebesar 2,912, maka  $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$  ( $2,431 < 2,912$ ), sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa variabel-variabel independen (ukuran perusahaan, profitabilitas dan kinerja lingkungan hidup) secara simultan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (pengungkapan *Islamic Social Reporting*).

#### 4.4.3 Pengujian Koefisien Regresi Secara Parsial dengan Uji t

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial digunakan uji t, dimana pengujian ini membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel hasil dari pengujian terhadap masing-masing variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan kinerja lingkungan hidup dan nilai kurs terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Berikut langkah-langkah pengujiannya.

1.  $H_0 : b_j = 0$ , berarti secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel  $X_1, X_2, X_3$  terhadap Y.

$H_1 : b_j \neq 0$ , berarti secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel  $X_1, X_2, X_3$  terhadap Y.

2.  $\alpha = 0,05$

3. Kriteria pengujian :

–  $H_0$  diterima, apabila  $-t\text{-tabel} < t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ , berarti secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel  $X_1, X_2, X_3$  terhadap Y.

- $H_0$  ditolak, apabila  $t\text{-hitung} < -t\text{-tabel}$  atau  $t\text{-hitung} \geq t\text{-tabel}$ , berarti secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  terhadap  $Y$ .

**Tabel 4.12 Rekapitulasi Hasil Uji t**

Variabel	t-hitung	t-tabel	Sig.
Ukuran perusahaan ( $X_1$ )	2,404	2,052	0,023
Profitabilitas ( $X_2$ )	-0,192		0,849
Kinerja lingkungan hidup ( $X_3$ )	1,070		0,294

Sumber : Lampiran 6, data diolah

Berdasarkan langkah-langkah uji t dan tabel di atas, maka pengujian hipotesis untuk masing-masing variabel independen ukuran perusahaan, profitabilitas dan kinerja lingkungan hidup terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* adalah sebagai berikut :

1. Variabel Ukuran Perusahaan ( $X_1$ )

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai t-hitung variabel ukuran perusahaan adalah sebesar 2,404 dengan nilai probabilitas sebesar 0,023, sedangkan nilai t-tabel adalah sebesar 2,052, sehingga  $t\text{-hitung} < -t\text{-tabel}$  ( $-2,052 < 2,404 < -2,052$ ). Hal ini menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

2. Variabel Profitabilitas ( $X_2$ )

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai t-hitung variabel profitabilitas adalah sebesar -0,192 dengan nilai probabilitas sebesar 0,849, sedangkan nilai t-tabel adalah sebesar 2,052, sehingga  $-t\text{-hitung} < t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  ( $-2,052 < -0,192 < 2,052$ ). Hal ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

3. Variabel Kinerja Lingkungan Hidup ( $X_3$ )

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai t-hitung variabel kinerja lingkungan hidup adalah sebesar 1,070 dengan nilai probabilitas sebesar 0,294, sedangkan nilai t-tabel adalah sebesar 2,052, sehingga  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  ( $1,070 <$

2,052). Hal ini menunjukkan bahwa variabel kinerja lingkungan hidup secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

#### 4.4.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Sumbangan efektif digunakan untuk mengetahui variabel mana yang mempunyai sumbangan terbesar terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* atau dengan kata lain adalah faktor mana yang paling dominan di antara variabel-variabel independen tersebut. Penentuan sumbangan efektif ini dilakukan dengan mengalikan nilai koefisien terstandarisasi dengan korelasi orde nol pada masing-masing variabel independen. Berikut disajikan tabel hasil sumbangan efektif.

**Tabel 4.13 Sumbangan Efektif Variabel Bebas**

Variabel	Koefisien Terstandarisasi	Korelasi Orde Nol	Sumbangan Efektif
Ukuran perusahaan ( $X_1$ )	0,412	0,416	0,171
Profitabilitas ( $X_2$ )	-0,035	-0,050	0,002
Kinerja lingkungan hidup ( $X_3$ )	0,191	0,174	0,033
Koefisien Determinasi ( $R^2$ )			0,206

Sumber : Lampiran 6, data diolah

Berdasarkan hasil di atas, diketahui bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,206, yang berarti bahwa variabel-variabel independen (ukuran perusahaan, profitabilitas dan kinerja lingkungan hidup) berpengaruh terhadap variabel dependen (pengungkapan *Islamic Social Reporting*) sebesar 20,6%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 79,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

Adapun sumbangan efektif dari masing-masing variabel independen adalah ukuran perusahaan sebesar 0,171 (17,1%), profitabilitas sebesar 0,002 (0,2%) dan kinerja lingkungan hidup sebesar 0,033 (3,3%). Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel paling dominan yang berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* adalah variabel ukuran perusahaan dengan sumbangan sebesar 17,1%.

## 4.5 Pembahasan Hasil Penelitian

Pada bagian ini akan dipaparkan secara berturut-turut tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*, pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*, dan pengaruh kinerja lingkungan hidup terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

### 4.5.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Berdasarkan hasil analisis dalam tabel 4.12, diketahui bahwa hipotesis yang menyatakan variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama ( $H_1$ ) diterima. Hasil penelitian ini mendukung teori *stakeholders* yang menyatakan bahwa perusahaan yang besar biasanya memiliki aktivitas yang lebih banyak dan kompleks, mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki *shareholder* yang lebih banyak, serta mendapat perhatian lebih dari kalangan publik. Perusahaan yang lebih besar sudah pasti memiliki pembiayaan, fasilitas, dan sumber daya manusia yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil. Secara spesifik, semakin besar ukuran perusahaan syariah, semakin bertambah pula para pemangku kepentingan Muslim yang ikut mempengaruhi atau dipengaruhi oleh kegiatan bisnis perusahaan tersebut. Jadi, perusahaan syariah yang lebih besar akan cenderung untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah lebih luas dibandingkan perusahaan syariah yang lebih kecil.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Othman et al. (2009), Raditya (2012), Hodan Wong (2001), Owusu-Ansah (1998), Haniffa dan Cooke (2005) serta Cooke (1992), yang membuktikan bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan *proxy* total aset mempunyai pengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Karina (2013), Adawiyah (2013) dan Anggraini (2006) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)

#### **4.5.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting***

Berdasarkan hasil analisis dalam tabel 4.12, diketahui bahwa peningkatan atau penurunan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua ( $H_2$ ) ditolak. Penyebabnya adalah perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi belum tentu banyak melakukan aktivitas sosial karena perusahaan lebih beorientasi pada laba semata. Sedangkan pada saat perusahaan memperoleh laba yang rendah, maka terdapat persepsi bahwa pengguna laporan senang untuk membaca berita baik tentang kinerja perusahaan dalam bidang sosial. Perusahaan yang memiliki tingkat laba yang tinggi menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang kesuksesan keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” tentang kinerja perusahaan.

Hasil ini konsisten dengan hasil studi Suta dan Laksito (2012) serta hasil studi Wijaya (2012) yang membuktikan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah. Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan Raditya (2012), Widiawati dan Raharja (2012) serta Dahlia dan Siregar (2008) yang membuktikan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan ISR.

#### **4.5.3 Pengaruh Kinerja Lingkungan Hidup terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting***

Berdasarkan hasil analisis dalam tabel 4.12, diketahui bahwa peningkatan atau penurunan kinerja lingkungan hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga ( $H_3$ ) ditolak. Penyebabnya adalah pengungkapan tanggung jawab sosial syariah yang diungkapkan perusahaan yang masuk ke dalam PROPER

tidak banyak diungkapkan di laporan tahunan dan kinerja lingkungan hidup untuk tahun terakhir mengalami penurunan yang diukur melalui indeks ISR.

Hasil penelitian konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2012), yang menyatakan bahwa kinerja lingkungan hidup memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial wajib maupun sukarela. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan Aldehita (2014), Rahmawati (2012), Rakhiemah dan Dian Agustia (2009), serta Sudaryanto (2011) bahwa penilaian kinerja lingkungan hidup akan memberikan pengungkapan sosial wajib maupun sukarela yang lebih luas pada perusahaan.



## BAB 5. KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh pada pengungkapan ISR. Sampel yang digunakan adalah 8 perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) pada tahun 2010-2013. Berdasarkan rumusan masalah, tujuan, landasan teori, hipotesis, hasil pengujian, analisis data dan pembahasan tentang pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan kinerja lingkungan hidup terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR) pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII), maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.
2. Profitabilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.
3. Kinerja lingkungan hidup berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

### 5.2 Keterbatasan

Keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Jumlah sampel yang terbatas pada 8 perusahaan syariah yang tercatat di *Jakarta Islamic Index* (JII) yang memungkinkan ketidakakuratan dalam melakukan estimasi terhadap populasi.
2. Penggunaan indeks ISR yang pokok pengungkapannya merupakan hasil pengembangan dan penyesuaian penulis memungkinkan adanya pokok pengungkapan yang kurang dikembangkan secara komprehensif
3. Sumber informasi yang dijadikan sebagai bahan penilaian pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah hanya terbatas pada laporan tahunan perusahaan yang bersangkutan.

4. Objek yang dipilih bukan termasuk perusahaan syariah dimana objek yang dipilih tersebut perusahaan yang menghasilkan produk sesuai dengan ketentuan syariah.

### 5.3 Saran

Saran penulis untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut :

1. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan memperluas jumlah sampel yaitu menggunakan daftar perusahaan yang masuk dalam Indonesia Sharia Stock Index (ISSI) yang diterbitkan oleh BEI pada 12 Mei 2011 sehingga penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih menggambarkan kondisi pasar modal syariah Indonesia yang sebenarnya.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan pokok-pokok pengungkapan indeks ISR secara lebih komprehensif dengan memperhatikan karakteristik dan kondisi di Indonesia agar indeks ISR yang digunakan dapat lebih merefleksikan tanggung jawab sosial yang sesuai dengan prinsip Islam dan dapat diterapkan di Indonesia.
3. Menambah sumber informasi yang dijadikan sebagai bahan penilaian pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah.
4. Memilih objek perusahaan syariah atau perbankan syariah sehingga lebih mudah untuk menganalisis pengungkapan yang sesuai dengan prinsip Islam.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anggraini, Fr. 2006. *Pengungkapan informasi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan*. Simposium Nasional Akuntansi 9
- Ayu, D. F. 2010. *Analisis Pengaruh Jenis Industri, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Tingkat Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) pada Perusahaan yang Masuk Daftar Jakarta Islamic Index (JII)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Depok.
- Fitria, Soraya dan Hartanti, Dwi. 2010. *Islam dan Tanggung Jawab Sosial : Studi Perbandingan Pengungkapan Berdasarkan Global Reporting Iniviative Indeks dan Islamic Social Reporting Indeks*. Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam dan Chariri, Anis. 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro:Semarang.
- Hafida, Andi Safitri. 2012. *“Implementasi Syariah Enterprise Theory Melalui Value Added Statement untuk Menilai Tanggung Jawab Perbankan Syariah Kepada stakeholders”*. Skripsi. Universitas Hasanuddin.
- Haniffa, R. 2002. *Social Reporting Disclosure-An Islamic Perspective*. Indonesian Management & Accounting Research, I, 128-146.
- Haniffa, R & Cooke, T. E. 2005. *The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting*. Journal of Accounting and Public Policy, 24, 391-430.
- Karina, L. A. D., dan Yuyetta, E. N. A. 2013. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR*. Diponegoro Journal Of Accounting Volume 2 Nomor 2, Tahun 2013.
- Kieso, D.E., Jerry J. Weygandt and Terry D. Warfield. 2007. *Intermediate Accounting*, 10th Edition, John Willey & Sons Inc. New York.

- Othman, R., Thani, A. M., & Ghani, E. K. 2009. *Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Sharia-Approved Companies in Bursa Malaysia*. Research Journal of International Studies.
- Press Release PROPER 2010-2013. *Kementerian Lingkungan Hidup*. <http://proper.menlh.go.id/portal/>. Diakses 11 Maret 2013
- Raditya, Amilia Raditya. 2012. “*Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) pada Perusahaan yang Masuk Daftar Efek Syariah (DES)*”. Skripsi. Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Rahmawati, Ala dan Achmad, Tarmizi. 2012. *Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Financial Corporate Performace dengan Corporate Social Responsibility Disclosure sebagai Variabel Intervening*. Diponegoro Journal Of Accounting Volume 1 Nomor 2.
- Rizkiningsih, Priyesta. 2012. “*Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) : Studi Empiris pada Bank Syariah di Indonesia, Malaysia dan Negara–Negara Gulf Cooperation Coincil*”. Skripsi. Universitas Indonesia.
- Widiawati, Septi dan Raharja, Surya. 2012. *Analisis Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Islamic Social Reporting Indeks Perusahaan–Perusahaan yang terdapat pada Daftar Efek Syariah Tahun 2009 – 2011*. Diponegoro Journal of Accounting, Volume 1, Nomor 2.
- Wijaya, Maria. 2012. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi – Vol 1, No. 1, Januari 2012.
- [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Diakses tanggal 11 Maret 2015.
- [www.menlh.go.id](http://www.menlh.go.id). Diakses tanggal 11 Maret 2015.
- [www.proper.menlh.go.id](http://www.proper.menlh.go.id). Diakses tanggal 11 Maret 2015.

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Indeks *Islamic Social Reporting*

	Pokok-Pokok Pengungkapan		Sumber
A	TEMA PEMBIAYAAN DAN INVESTASI	Poin	Referensi
1	Kegiatan yang mengandung riba (beban bunga dan pendapatan bunga)	1	Othman et al (2009) Haniffa (2002)
2	Pengungkapan kegiatan yang mengandung gharar atau tidak ( <i>hedging, future non delivery trading margin trading, arbitrage</i> baik <i>spot</i> maupun <i>forward, short selling, pure swap, warrant</i> , dan lain-lain)	1	Othman et al (2009) Haniffa (2002)
3	Zakat	1	Othman et al (2009) Haniffa (2002)
4	Kebijakan atas keterlambatan pembayaran piutang dan penghapusan piutang tak tertagih	1	Othman et al (2009) Haniffa (2002)
5	Pernyataan nilai tambah perusahaan	1	Othman et al (2009)
B	TEMA PRODUK DAN JASA		
6	Produk atau kegiatan operasi ramah lingkungan	1	Othman et al (2009)
7	Kehalalan produk	1	Othman et al (2009) Haniffa (2002)
8	Kualitas dan keamanan suatu produk	1	Othman et al (2009)

9	Keluhan konsumen / Pelayanan pelanggan	1	Othman et al (2009) Haniffa (2002)
<b>C</b>	<b>TEMA KARYAWAN</b>		
10	Jam kerja	1	Othman et al (2009) Haniffa (2002)
11	Hari libur dan cuti	1	Othman et al (2009) Haniffa (2002)
12	Tunjangan	1	Othman et al (2009) Haniffa (2002)
13	Remunerasi	1	Othman et al (2009) Haniffa (2002)
14	Pendidikan dan pelatihan kerja (pengembangan sumber daya manusia)	1	Othman et al (2009) Haniffa (2002)
15	Kesetaraan hak antara pria dan wanita	1	Othman et al (2009) Haniffa (2002)
16	Keterlibatan karyawan dalam diskusi manajemen dan pengambilan keputusan	1	Othman et al (2009) Haniffa (2002)
17	Kesehatan dan keselamatan kerja	1	Othman et al (2009) Haniffa (2002)
18	Lingkungan kerja	1	Othman et al (2009)

			Haniffa (2002)
19	Karyawan dari kelompok khusus (cacat fisik, mantan narapidana, mantan pencandu narkoba)	1	Othman et al (2009)
20	Karyawan tingkat atas melaksanakan ibadah bersama-sama dg karyawan tingkat menengah dan bawah	1	Othman et al (2009)
21	Karyawan Muslim diperbolehkan menjalankan ibadah di waktu shalat dan berpuasa di saat Ramadhan	1	Othman et al (2009) Haniffa (2002)
22	Tempat ibadah yang memadai	1	Othman et al (2009)
<b>D</b>	<b>TEMA MASYARAKAT</b>		
23	Sedekah, donasi, atau sumbangan	1	Othman et al (2009) Haniffa (2002)
24	Wakaf	1	Othman et al (2009) Haniffa (2002)
25	<i>Qard Hassan</i>	1	Othman et al (2009) Haniffa (2002)
26	Sukarelawan dari kalangan karyawan	1	Othman et al (2009)
27	Pemberian beasiswa sekolah	1	Othman et al (2009)
28	Pemberdayaan kerja para lulusan sekolah/kuliah (magang atau praktik kerja lapangan)	1	Othman et al (2009)
29	Pembangunan tunas muda	1	Othman et al

			(2009)
30	Peningkatan kualitas hidup masyarakat miskin	1	Othman et al (2009)
31	Kepedulian terhadap anak-anak	1	Othman et al (2009)
32	Kegiatan amal atau kegiatan sosial (bantuan bencana alam, donor darah, sunatan massal, pembangunan infrastruktur, dan lain-lain)	1	Othman et al (2009)
33	Menyokong kegiatan-kegiatan kesehatan, hiburan, olahraga, budaya, pendidikan, dan keagamaan	1	Othman et al (2009)
<b>E</b>	<b>TEMA LINGKUNGAN</b>		
34	Konservasi lingkungan	1	Othman et al (2009) Haniffa (2002)
35	Kegiatan mengurangi efek terhadap pemanasan global (minimalisasi polusi, pengelolaan limbah, pengelolaan air bersih, dan lain-lain)	1	Othman et al (2009)
36	Pendidikan mengenai lingkungan	1	Othman et al (2009)
37	Pernyataan verifikasi independen atau audit lingkungan	1	Othman et al (2009)
38	Sistem manajemen lingkungan	1	Othman et al (2009) Haniffa (2002)
<b>F</b>	<b>TEMA TATA KELOLA PERUSAHAAN</b>		
39	Status kepatuhan terhadap syariah	1	Othman et al (2009)
40	Struktur kepemilikan saham	1	Othman et al

			(2009) Haniffa (2002)
41	Profil Dewan Direksi	1	Othman et al (2009)
42	Pengungkapan melakukan praktik monopoli usaha atau tidak	1	Othman et al (2009) Haniffa (2002)
43	Pengungkapan melakukan praktik menimbun bahan kebutuhan pokok atau tidak	1	Othman et al (2009) Haniffa (2002)
44	Pengungkapan melakukan praktik manipulasi harga atau tidak	1	Othman et al (2009) Haniffa (2002)
45	Pengungkapan adanya perkara hukum atau tidak	1	Othman et al (2009)
46	Kebijakan anti korupsi ( <i>code of conduct</i> , <i>whistleblowing system</i> dan lain-lain)	1	Othman et al (2009)
<b>TOTAL</b>		<b>46</b>	

**Lampiran 2. Daftar Skor Indeks ISR Perusahaan Sampel Tahun 2010-2013**

No	Tahun	Kode Emiten	Nama Perusahaan	Skor ISR	Disclosure ISR
1	2010	AALI	Astra Agro Lestari Tbk	34	0,74
2	2010	INTP	Indocement Tunggak Prakasa Tbk	29	0,63
3	2010	KLBF	Kalbe Farma Tbk	29	0,63
4	2010	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk	26	0,57
5	2010	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam Tbk	31	0,67
6	2010	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk	34	0,74
7	2010	UNTR	United Tractors Tbk	33	0,72
8	2010	UNVR	Unilever Indonesia Tbk	31	0,67
9	2011	AALI	Astra Agro Lestari Tbk	35	0,76
10	2011	INTP	Indocement Tunggak Prakasa Tbk	29	0,63
11	2011	KLBF	Kalbe Farma Tbk	33	0,72
12	2011	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk	30	0,65
13	2011	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam Tbk	38	0,83
14	2011	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk	39	0,85
15	2011	UNTR	United Tractors Tbk	35	0,76
16	2011	UNVR	Unilever Indonesia Tbk	33	0,72
17	2012	AALI	Astra Agro Lestari Tbk	37	0,80
18	2012	INTP	Indocement Tunggak Prakasa Tbk	33	0,72
19	2012	KLBF	Kalbe Farma Tbk	33	0,72
20	2012	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk	31	0,67
21	2012	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam Tbk	37	0,80
22	2012	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk	41	0,89
23	2012	UNTR	United Tractors Tbk	33	0,72
24	2012	UNVR	Unilever Indonesia Tbk	32	0,70
25	2013	AALI	Astra Agro Lestari Tbk	37	0,80
26	2013	INTP	Indocement Tunggak Prakasa Tbk	34	0,74
27	2013	KLBF	Kalbe Farma Tbk	30	0,65
28	2013	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk	30	0,65
29	2013	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam Tbk	34	0,74
30	2013	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk	32	0,70
31	2013	UNTR	United Tractors Tbk	35	0,76
32	2013	UNVR	Unilever Indonesia Tbk	32	0,70

**Lampiran 3. Rangkuman Data Penelitian**

No	Kode	Tahun	Discl. ISR	Total Aset (Rp)	Laba Setelah Pajak (Rp)	Equity (Rp)	InTotal Aset	ROE	Skor Kinerja Lingkungan
1	AALI	2010	0,74	8.791.799.000.000	2.103.652.000.000	7.211.687.000.000	29,8048	0,29	4
2	INTP	2010	0,63	15.346.146.000.000	3.224.681.000.000	13.077.390.156.519	30,3619	0,25	5
3	KLBF	2010	0,63	7.032.496.663.288	1.343.798.968.422	5.373.784.301.200	29,5816	0,25	3
4	LSIP	2010	0,57	5.561.433.000.000	1.033.329.000.000	4.554.105.000.000	29,3469	0,23	3
5	PTBA	2010	0,67	8.722.699.000.000	1.998.937.000.000	6.366.736.000.000	29,7969	0,31	4
6	SMGR	2010	0,74	15.562.998.946.000	3.659.114.098.000	12.006.438.613.000	30,3759	0,30	4
7	UNTR	2010	0,72	29.700.914.000.000	3.874.515.000.000	16.136.338.000.000	31,0222	0,24	3
8	UNVR	2010	0,67	8.701.262.000.000	3.384.648.000.000	4.045.419.000.000	29,7945	0,84	3
9	AALI	2011	0,76	10.204.495.000.000	2.498.565.000.000	8.139.615.000.000	29,9538	0,31	3
10	INTP	2011	0,63	18.151.331.000.000	3.601.516.000.000	15.706.145.000.000	30,5298	0,23	5
11	KLBF	2011	0,72	8.274.554.112.840	1.522.956.820.292	6.214.818.130.918	29,7442	0,25	3
12	LSIP	2011	0,65	6.791.859.000.000	1.701.513.000.000	5.839.491.000.000	29,5467	0,29	3
13	PTBA	2011	0,83	11.507.104.000.000	3.088.067.000.000	8.088.259.000.000	30,0740	0,38	4
14	SMGR	2011	0,85	19.661.602.767.000	3.955.272.512.000	14.464.630.631.000	30,6097	0,27	5
15	UNTR	2011	0,76	46.440.062.000.000	5.899.506.000.000	26.320.449.000.000	31,4692	0,22	2
16	UNVR	2011	0,72	10.482.312.000.000	4.164.304.000.000	3.676.568.000.000	29,9807	1,13	5
17	AALI	2012	0,80	12.419.820.000.000	2.520.266.000.000	9.029.179.000.000	30,1503	0,28	3
18	INTP	2012	0,72	22.755.160.000.000	4.763.388.000.000	19.387.926.000.000	30,7558	0,25	5
19	KLBF	2012	0,72	9.417.957.180.958	1.775.098.847.932	7.054.054.236.500	29,8736	0,25	3
20	LSIP	2012	0,67	7.551.796.000.000	1.115.539.000.000	6.280.427.000.000	29,6528	0,18	3
21	PTBA	2012	0,80	12.728.981.000.000	2.909.421.000.000	8.419.118.000.000	30,1749	0,35	4
22	SMGR	2012	0,89	26.579.083.786.000	4.926.639.847.000	17.347.313.214.000	30,9111	0,28	5
23	UNTR	2012	0,72	50.300.633.000.000	5.753.342.000.000	29.635.856.000.000	31,5490	0,19	2
24	UNVR	2012	0,70	11.984.979.000.000	4.839.145.000.000	3.968.365.000.000	30,1147	1,22	5
25	AALI	2013	0,80	14.963.190.000.000	1.903.088.000.000	9.894.602.000.000	30,3366	0,19	3
26	INTP	2013	0,74	26.607.241.000.000	5.012.294.000.000	22.947.271.000.000	30,9122	0,22	4
27	KLBF	2013	0,65	11.315.061.275.026	1.970.452.449.686	8.108.241.521.503	30,0572	0,24	3
28	LSIP	2013	0,65	7.974.876.000.000	768.625.000.000	6.614.046.000.000	29,7073	0,12	3
29	PTBA	2013	0,74	11.677.155.000.000	1.854.281.000.000	7.437.381.000.000	30,0887	0,25	5
30	SMGR	2013	0,70	30.792.884.092.000	5.354.298.521.000	20.882.543.328.000	31,0583	0,26	4
31	UNTR	2013	0,76	57.362.244.000.000	4.798.778.000.000	33.219.955.000.000	31,6804	0,14	3
32	UNVR	2013	0,70	13.348.188.000.000	5.352.625.000.000	4.254.670.000.000	30,2224	1,26	4

**Lampiran 4. Hasil Analisis Deskriptif****Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Size	32	29,35	31,68	30,289	,609
Profit	32	,12	1,26	,358	,300
Link	32	2	5	3,688	,931
ISR	32	,57	,89	,720	,070
Valid N (listwise)	32				



**Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Size	Profit	Link	ISR
N		32	32	32	32
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	30,2887	,3584	3,69	,7203
	Std. Deviation	,60913	,30017	,931	,07041
Most Extreme Differences	Absolute	,137	,377	,270	,109
	Positive	,137	,377	,270	,109
	Negative	-,080	-,214	-,171	-,092
Kolmogorov-Smirnov Z		,775	1,435	1,385	,615
Asymp. Sig. (2-tailed)		,585	,051	,069	,844

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

**Uji Multikolinieritas**

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Link, <sup>a</sup> Size, Profit	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: ISR

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Size	,963	1,039
	Profit	,860	1,163
	Link	,891	1,123

a. Dependent Variable: ISR

**Coefficient Correlations<sup>a</sup>**

Model			Link	Size	Profit
1	Correlations	Link	1,000	-,051	-,330
		Size	-,051	1,000	,193
		Profit	-,330	,193	1,000
	Covariances	Link	,000	,000	,000
		Size	,000	,000	,000
		Profit	,000	,000	,002

a. Dependent Variable: ISR

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Size	Profit	Link
1	1	3,649	1,000	,000	,000	,020	,004
	2	,314	3,410	,000	,000	,871	,005
	3	,037	9,961	,001	,001	,072	,991
	4	,000	139,290	,998	,998	,037	,000

a. Dependent Variable: ISR

**Uji Heteroskedastisitas**

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Link, <sup>a</sup> Size, Profit	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: |e|

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,495 <sup>a</sup>	,245	,164	,034628

a. Predictors: (Constant), Link, Size, Profit

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,011	3	,004	3,034	,046 <sup>a</sup>
	Residual	,034	28	,001		
	Total	,044	31			

a. Predictors: (Constant), Link, Size, Profit

b. Dependent Variable: |e|

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,164	,316		,520	,607
	Size	-,005	,010	-,084	-,500	,621
	Profit	-,056	,022	-,446	-2,519	,018
	Link	,017	,007	,417	2,399	,023

a. Dependent Variable: |e|

**Uji Autokorelasi**

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Link, <sup>a</sup> Size, Profit	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: ISR

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Durbin-Watson
1	1,944 <sup>a</sup>

a. Predictors: (Constant), Link, Size, Profit

b. Dependent Variable: ISR

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		95% Confidence Interval for B	
		Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	-2,010	,461
	Size	,007	,088
	Profit	-,095	,079
	Link	-,013	,042

a. Dependent Variable: ISR

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	,6665	,7785	,7203	,03201	32
Residual	-,12181	,12042	,00000	,06272	32
Std. Predicted Value	-1,680	1,819	,000	1,000	32
Std. Residual	-1,846	1,825	,000	,950	32

a. Dependent Variable: ISR

**Lampiran 6. Analisis Regresi Linier Berganda**

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
ISR	,7203	,07041	32
Size	30,2887	,60913	32
Profit	,3584	,30017	32
Link	3,69	,931	32

**Correlations**

		ISR	Size	Profit	Link
Pearson Correlation	ISR	1,000	,416	-,050	,174
	Size	,416	1,000	-,187	-,014
	Profit	-,050	-,187	1,000	,327
	Link	,174	-,014	,327	1,000
Sig. (1-tailed)	ISR	.	,009	,394	,171
	Size	,009	.	,153	,470
	Profit	,394	,153	.	,034
	Link	,171	,470	,034	.
N	ISR	32	32	32	32
	Size	32	32	32	32
	Profit	32	32	32	32
	Link	32	32	32	32

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Link, <sup>a</sup> Size, Profit	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: ISR

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,455 <sup>a</sup>	,207	,122	,06599

a. Predictors: (Constant), Link, Size, Profit

**Model Summary**

Model	Change Statistics				
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,207 <sup>a</sup>	2,431	3	28	,086

a. Predictors: (Constant), Link, Size, Profit

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,032	3	,011	2,431	,086 <sup>a</sup>
	Residual	,122	28	,004		
	Total	,154	31			

a. Predictors: (Constant), Link, Size, Profit

b. Dependent Variable: ISR

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,774	,603		-1,284	,210
	Size	,048	,020	,412	2,404	,023
	Profit	-,008	,043	-,035	-,192	,849
	Link	,014	,013	,191	1,070	,294

a. Dependent Variable: ISR

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Correlations		
		Zero-order	Partial	Part
1	Size	,416	,414	,405
	Profit	-,050	-,036	-,032
	Link	,174	,198	,180

a. Dependent Variable: ISR