

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LEVERAGE DAN LIKUIDITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING* (ISR) PADA BANK UMUM SYARIAH DI INDONESIA TAHUN 2015-2019

Meliana^{1*} Gregorius Jeandry² Juliana Taher³

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Khairun Ternate

meliana@unkhair.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of firm size, profitability, leverage and liquidity on the disclosure of Islamic Social Reporting (ISR). The research period is for five years, namely 2015-2019 which was carried out at Islamic commercial banks in Indonesia. Research variable data collected in the form of secondary data company size, profitability, leverage liquidity and ISR index. Determination of the sample used is using purposive sampling method which is the selection of samples in accordance with certain criteria. The results showed that the variables of firm size, leverage and liquidity had an effect on the disclosure of Islamic Social Reporting (ISR). Meanwhile, the profitability variable has no effect on the Islamic Social Reporting (ISR) Disclosure.

Keywords: company size, profitability, leverage, liquidity, and disclosure of Islamic social, reporting.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage dan likuiditas terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). Periode penelitian adalah selama lima tahun, yaitu tahun 2015-2019 yang dilakukan pada Bank umum syariah di Indonesia. Data variabel penelitian yang dikumpulkan berupa data sekunder ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage likuiditas dan indeks ISR. Penentuan sampel yang digunakan yaitu menggunakan metode purposive sampling yang merupakan pemilihan sampel sesuai dengan kriteria-kriteria tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan, leverage dan likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). Sementara variabel Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR).

Kata kunci: Ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, likuiditas, dan pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan pasti memiliki orientasi untuk memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang, untuk itu perusahaan berusaha untuk membangun citra yang baik di masyarakat dengan memberikan perhatiannya kepada lingkungan atau tanggung jawab sosial, yang lebih dikenal dengan CSR (Corporate Social Responsibility). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility) telah banyak diterapkan di negara-negara maju maupun Negara berkembang. Isu CSR kian menjadi hal penting selama beberapa tahun belakangan ini, hal ini karena CSR merupakan bagian dari Etika

Bisnis. Corporate Social Responsibility merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak dalam single bottom line, yaitu nilai perusahaan (corporate value) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja, namun juga dihadapkan oleh konsep triple bottom line yang meliputi aspek keuangan, kehidupan sosial, dan lingkungan hidup.

Konsep Corporate Social Responsibility (CSR) tidak hanya berkembang dengan pesat dalam ekonomi konvensional saja, namun juga mulai berkembang di bidang ekonomi yang berbasis syariah atau disebut dengan *Islamic Social Reporting* (ISR). ISR sangat erat kaitannya dengan perusahaan yang menjalankan kegiatan perusahaan yang disesuaikan dengan nilai-nilai Islami. Seperti yang dikemukakan Widiawati (2012) bahwa konsep Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Islam erat kaitannya dengan perusahaan-perusahaan yang menjalankan bisnis sesuai dengan konsep syariah yang diharapkan perusahaan tersebut dapat melakukan tanggung jawab sosial perusahaan secara Islami.

Penelitian yang menguji faktor-faktor yang mempengaruhi Pengungkapan *Islamic Social Reporting* telah banyak dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu. Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi Pengungkapan *Islamic Social Reporting* antara lain Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Likuiditas.

Ukuran perusahaan merupakan tingkat identifikasi besar kecilnya suatu perusahaan (Maulida dkk., 2014). Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin besar pula modal yang ditanamkan sehingga sumber daya dan dana yang besar dalam perusahaan akan menimbulkan permintaan yang lebih luas akan informasi pelaporan perusahaannya. Penelitian Lestari (2013), Astuti (2014), Faricha dan Anggraini (2017) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*(ISR). Hal ini berbeda dengan penelitian Maulida dkk.(2014), Lestari (2015) dan wulandari (2017) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR).

Faktor lain yang juga mempengaruhi *Islamic Social Reporting* (ISR) adalah Profitabilitas. Profitabilitas adalah suatu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (Hanafi dan Halim 2009:157). Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan berarti semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga mempengaruhi tingkat pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat menarik minat investor untuk menanamkan modal pada perusahaan. Lestari (2013), widiyanti dan Hasanah (2017) dan widarto (2017) dan dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan ISR. Sementara itu penelitian menurut Ningrum dkk (2013), Faricha (2015), Lestari (2015), Verawaty at al.(2016) dan Ramadhani (2016) profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR.

Kemudian Faktor lain yang juga mempengaruhi *Islamic Social Reporting* (ISR) adalah Leverage. Meek, Robert, dan Gary (1995) dalam dewi (2012), berpendapat bahwa perusahaan yang memiliki tingkat leverage yang tinggi memiliki pengungkapan yang luas dan terbuka sehingga pemberi pinjaman bisa lebih percaya terhadap perusahaan tersebut. Dapat disimpulkan, dimana perusahaan dikatakan baik dengan melihat tingkat leverage perusahaan karena semakin rendah rasio ini, semakin tinggi tingkat pendanaan perusahaan yang disediakan oleh pemegang saham dan semakin besar perlindungan bagi kreditor. Astuti (2014), dan Ramadhani (2016) dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa leverage berpengaruh terhadap pengungkapan

Islamic Social Reporting. sedangkan, menurut Lestari (2015) dan Verawaty at al. (2016) leverage tidak berpengaruh terhadap terhadap pengungkapan ISR. Likuiditas juga diduga berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR). Menurut Wallance dan Naser (1994) berpendapat bahwa likuiditas adalah faktor penting dalam evaluasi perusahaan oleh pihak yang berkepentingan seperti investor, kreditur dan pemerintah setempat. Verawaty et al. (2016) dan widiyanti dan Hasanah (2017) menunjukkan bahwa variabel likuiditas memiliki pengaruh yang positif terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). Sementara, Lestari (2015) dan Anggraini (2017) dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR).

TINJAUAN PUSTAKA

Shariah Enterprise Theory (SET)

Menurut Triyuwono et al., 2008 dalam Anggraini (2017) Shariah enterprise theory merupakan enterprise theory yang telah disesuaikan dengan nilai-nilai Islam guna menghasilkan teori yang lebih menggambarkan prinsip Islam. 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 (SET). syariah enterprise theory meliputi Allah, manusia, dan alam.

Teori Agensi (Agency theory)

Teori keagenan merupakan Teori yang digunakan oleh perusahaan dalam mendasari praktik bisnisnya. Jansen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa teori keagenan juga disebut sebagai teori kontraktual yang memandang suatu perusahaan sebagai suatu perkaitan kontrak antara Anggota-anggota perusahaan. Teori keagenan ini menjelaskan bahwa terdapat perbedaan kepentingan antara pemilik perusahaan dengan manajer. Pemilik perusahaan atau investor menginginkan laba seolah tampak tidak besar untuk menghindari pajak yang terlalu besar. Sedangkan manajer perusahaan menginginkan agar laba terlihat besar sehingga kinerja manajer sendiri terlihat baik. Tentu hal ini menjadi masalah karena kedua belah pihak memiliki kepentingan masing-masing. Untuk mencegah kejadian seperti ini perusahaan perlu melakukan Agency cost. Agency cost sendiri digunakan untuk mengurangi kerugian akibat tingkah laku dari manajer tersebut.

Teori Legitimasi

Grey et al., (1997) mengungkapkan bahwa Legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (society), pemerintah, individu dan kelompok masyarakat, dasar pemikiran teori ini adalah organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri.

Teori legitimasi memfokuskan interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Legitimasi masyarakat merupakan faktor yang dianggap penting bagi perusahaan untuk terus bertahan dan berkembang. Hal ini dapat dijadikan sebagai wahana dalam mengkonstruksi strategi perusahaan terutama yang berkaitan dengan usaha untuk

memposisikan diri di tengah kondisi lingkungan masyarakat yang semakin berkembang dan maju (Hadi 2009).

Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)

Pengungkapan dalam *Islamic Social Reporting* (ISR) menggunakan indeks ISR. Indeks ISR pertama kali diperkenalkan oleh Haniffa (2002) lalu dikembangkan oleh beberapa peneliti selanjutnya seperti Othman et al. (2009) dengan melakukan penelitian terhadap perusahaan syariah yang terdaftar di Bursa Malaysia dan saat ini ISR masih terus dikembangkan oleh peneliti-peneliti selanjutnya. Menurut Haniffa (2002) secara khusus indeks ISR adalah perluasan dari social reporting yang meliputi harapan masyarakat tidak hanya tentang peran perusahaan dalam suatu perekonomian, tetapi juga peran perusahaan dalam perspektif spiritual. Selain itu, indeks ISR juga menekankan pada keadilan sosial terkait pada pelaporan mengenai lingkungan, hak minoritas, dan karyawan.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan tingkat identifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan Adawiyah (2013). 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). Semakin besar ukuran perusahaan maka kemungkinan semakin banyak pula investor yang menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Banyaknya pemegang saham di suatu perusahaan, menandakan bahwa perusahaan tersebut cenderung memiliki permintaan yang lebih akan informasi pelaporan perusahaannya, dan perusahaan seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan informasi yang lebih banyak kepada para pemegang saham.

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

Profitabilitas

Perusahaan yang memiliki tingkat profit lebih tinggi akan menarik para investor, sehingga upaya perusahaan untuk memberikan informasi yang lebih baik kepada masyarakat serta calon investornya, yaitu dengan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosialnya, sehingga semakin tinggi profitabilitas maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Widiawati, 2012). Perusahaan dengan profit yang tinggi akan melakukan pengungkapan *Islamic Social Reporting* sebagai bentuk akuntabilitas dan transparansi kepada para pemilik modal atas dana-dana yang telah diinvestasikan. Perusahaan melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial tidak hanya menjelaskan mengenai apa saja tindakan perusahaan yang dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan, tetapi juga pengungkapan mengenai apakah bahwa tindakan operasional, transaksi dan praktik yang dilakukan perusahaan telah sesuai dengan syariah Islam.

H2: Profitabilitas Berpengaruh Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR).

Leverage

Ratio leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar pembiayaan perusahaan yang dibiayai oleh utang baik utang jangka panjang maupun

utang jangka pendek dengan cara membandingkan antara kewajiban dengan aset yang dimiliki perusahaan. Perusahaan harus menjelaskan kepada investor, kreditor ataupun pihak berkepentingan lainnya mengenai kemampuan mereka untuk membayar utang dan dampak pinjaman tersebut dalam kegiatan perusahaan. Nurani (2012).

H3: Leverage berpengaruh terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)

Likuiditas

Likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam melunasi hutang-hutang jangka pendeknya tanpa harus mencairkan aset jangka panjang. Cooke (1989) dalam Dewi (2012) menjelaskan bahwa likuiditas dapat dilihat dari dua sisi. Dari sisi kesehatan perusahaan, tingginya rasio likuiditas akan menunjukkan kuatnya kondisi keuangan perusahaan. Hal tersebut akan mempengaruhi tingkat pengungkapan karena perusahaan dengan kondisi keuangan yang kuat cenderung melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas kepada pihak luar untuk menunjukkan kredibilitas perusahaannya daripada perusahaan dengan kondisi keuangan yang lemah. Sedangkan pada sisi yang lain, jika likuiditas diukur sebagai kinerja, perusahaan yang mempunyai likuiditas rendah perlu memberikan informasi yang lebih rinci untuk menjelaskan lemahnya kinerja.

H4: Likuiditas berpengaruh terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)

METODE PENELITIAN

1. Objek dalam penelitian ini adalah Bank Umum Syariah pada tahun 2015 sampai dengan 2019. Sedangkan waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus sampai dengan November 2021. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Bank Umum syariah yang terdaftar di Bank Indonesia selama kurun waktu 2015 - 2019 yang terdiri dari 14 bank syariah di Indonesia. Metode sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode purposive sampling. Purposive sampling merupakan proses pengambilan sampel yang membatasi jumlah sampel sesuai dengan kriteria -kriteria yang ditetapkan oleh peneliti. Kriteria yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah :
 2. Bank Umum syariah yang menerbitkan laporan tahunan pada tahun 2015- 2019
 3. Bank Umum syariah yang mengungkapkan pertanggungjawaban sosial perusahaan.
 4. Bank Umum syariah yang memiliki data lengkap yang berkaitan dengan variabel yang digunakan.

Hasil Uji Stastik Deskriptif

Tabel 1
Hasil Analisis Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ukuran perusahaan	55	15,46	32,00	23,695	5,096

Profitabilitas	55	-1,14	0,11	-0,133	0,158
Leverage	55	0,35	1,93	1,103	0,415
Likuiditas	55	0,02	9,48	3,597	2,322
ISR	55	31,00	43,00	35,701	4,417
Valid N (listwise)	55				

1. Hasil statistic menunjukkan bahwa pada variabel independen ukuran perusahaan mempunyai nilai tertinggi (Maximum) sebesar 32,00, Nilai terendah (minimum) sebesar 15,46, nilai rata-rata (mean) sebesar 23,695 dan standard deviasi sebesar 5,096
2. Hasil statistic menunjukkan bahwa pada variabel dependen profitabilitas mempunyai nilai tertinggi (Maximum) sebesar 0,11, Nilai terendah (minimum) sebesar -1,14, nilai rata-rata (mean) sebesar -0,133 dan standard deviasi sebesar 0,158.
3. Hasil statistic menunjukkan bahwa pada variabel leverage mempunyai nilai tertinggi (Maximum) sebesar 1,93. Nilai terendah (minimum) sebesar 0,35, nilai rata-rata (mean) sebesar 1,103 dan standard deviasi sebesar 0,415.
4. Hasil statistic menunjukkan bahwa pada variabel likuiditas mempunyai nilai tertinggi (Maximum) sebesar 9,48, Nilai terendah (minimum) sebesar 0,02, nilai rata-rata (mean) sebesar 3,597 dan standard deviasi sebesar 2,322.
5. Hasil statistic menunjukkan bahwa pada variabel Pengungkapan *Islamic Scial Reporting* mempunyai nilai tertinggi (Maximum) sebesar 43,00, Nilai terendah (minimum) sebesar 31.00, nilai rata-rata (mean) sebesar 35,701 dan standard deviasi sebesar 4,417.

Hasil Uji Normalitas

Tabel 2
Uji normalitas (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test)

		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	3,31978107
Most Extreme Differences	Absolute	0,097
	Positive	0,095
	Negative	-0,097
Test Statistic		0,097
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai probalitas Asymp. Sig (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$. Dengan demikian data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

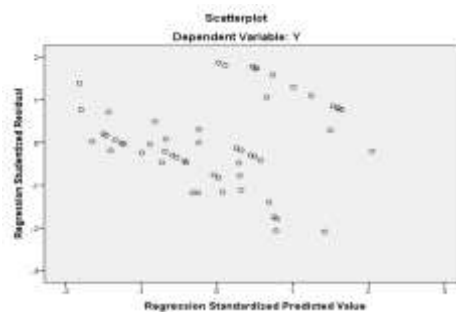
Hasil Uji Multikolinieritas

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Toleransi	VIF	Keterangan
Ukuran perusahaan	0,911	1,011	Tidak ada gejala multikolinieritas
Profitabilitas	0,989	1,011	Tidak ada gejala multikolinieritas
Leverage	0,849	1.178	Tidak ada gejala multikolinieritas
Liquiditas	0,925	1,082	Tidak ada gejala multikolinieritas

Berdasarkan hasil di atas dapat diketahui bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai toleransi lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model penelitian ini.

Hasil Uji Heterokedastisitas



Gambar 1

Hasil Uji Heterokedastisitas

Dari gambar diatas dapat diketahui plot residual tersebar diatas dan di bawah titik 0, atau tidak membentuk pola U maupun pola U terbalik, maka dapat dinyatakan bahwa model regresi tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas.

Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 4

Uji autokorelasi Durbin-Watson

Nilai Durbin-Watson	Keterangan
1.652	Tidak Terjadi gejala autokorelasi

Dapat dipahami bahwa nilai durbin-watson sebesar 1.652 yang dimana angka durbin-watson diatas -2 sampai +2 yang menandakan tidak adanya gejala autokorelasi.

Pengujian Hipotesis

Tabel 5

Hasil Analisis Regesi Linear Berganda

Variabel Dependen	Variabel	β	T-Hitung	Sig
<i>Islamic Social Reporting</i>	Ukuran perusahaan	-0,301	-2.705	0.009
	Profitabilitas	0,116	1,082	0.284
	Leverage	0,595	5,379	0,000
	Likuiditas	0,291	2,524	0,015
Konstanta	32,972			
R	0,660			
R Square	0,435			
Adjust. R Square	0,390			
Sig. F	0,000			
N	55			

Berdasarkan hasil perhitungan statistic dengan menggunakan bantuan program SPSS seperti terlihat pada table di atas, maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut.

$$Y = 32,972 - 0,301X_1 + 0,116 X_2 + 0,595 X_3 + 0,291 X_4 + e$$

Dari hasil regresi dapat diketahui hasil sebagai berikut:

1. Interpretasi konstanta sebesar 32,972 menunjukkan bahwa jika variable pengungkapan *Islamic Social Reporting* sama dengan nol maka besarnya *Islamic Social Reporting* akan diprediksi hanya sebesar 32,972.
2. Koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar -0,301 menunjukkan bahwa setiap peningkatan ukuran perusahaan sebesar 1 satuan maka ukuran perusahaan akan menurun sebesar 0,301 dengan asumsi variabel lain konstan.
3. Koefisien regresi profitabilitas sebesar 0,116 menunjukkan bahwa setiap peningkatan profitabilitas sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
4. Koefisien regresi leverage sebesar 0,595 menunjukkan bahwa setiap peningkatan leverage sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
5. Koefisien regresi likuiditas sebesar 0,291 menunjukkan bahwa setiap peningkatan likuiditas sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Terlihat dalam Tabel 5 bahwa pada persamaan regresi berganda diketahui nilai Adjusted R2 adalah 0,435, hal tersebut berarti bahwa 43,5% variabel pengungkapan *Islamic Social Reporting* dapat dijelaskan oleh ukuran perusahaan, profitabilitas,

leverage, dan likuiditas. selisihnya yaitu sebesar 66,5% dijelaskan oleh variabel-variabel yang lain di luar persamaan ini.

Hasil Statistik F

Berdasarkan hasil perhitungan Tabel 5. diketahui pada persamaan regresi berganda diperoleh nilai F- hitung sebesar 32,972 dengan Sig. F sebesar 0,000. Angka Sig. F dari persamaan tersebut lebih kecil dari nilai 0,05 atau <0,05, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan untuk menguji ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan Likuiditas sama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Hasil Uji t

Berdasarkan hasil perhitungan table 5. pada persamaan regresi berganda diatas dapat dipahami bahwa:

1. Diperoleh nilai t hitung sebesar -2,705 dengan signifikansi sebesar 0,009 yang nilai signifikansinya lebih kecil dari tingkat signifikansi (α)=5% atau 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Dengan demikian H1 diterima.
2. Diperoleh nilai t hitung sebesar 1,082 dengan signifikansi sebesar 0,284 yang nilai signifikansinya lebih besar dari tingkat signifikansi (α)=5% atau 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Dengan demikian H2 ditolak.
3. Diperoleh nilai t hitung sebesar 5,379 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang nilai signifikansinya lebih kecil dari tingkat signifikansi (α)=5% atau 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Dengan demikian H3 diterima.
4. Diperoleh nilai t hitung sebesar 2,524 dengan signifikansi sebesar 0,015 yang nilai signifikansinya lebih kecil dari tingkat signifikansi (α)=5% atau 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Dengan demikian H4 diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Islamic Social Reporting*

Hasil ini memeberikan bukti empiris bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Hal ini dapat dipahami bahwa meningkatnya asset perusahaan dapat menjadi tolak ukur nilai perusahaan sehingga dapat mempengaruhi pengungkaapan *Islamic Social Reporting*. Adanya pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* ini mengindikasikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin tinggi pula *Islamic Social Reporting* yang diungkapkan oleh perusahaan. Hal tersebut dikarenakan semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi pula tuntutan terhadap keterbukaan informasi dibanding perusahaan yang lebih kecil. Dengan mengungkapkan informasi yang lebih banyak, perusahaan mencoba mengisyaratkan bahwa perusahaan telah menerapkan prinsip-prinsip syariah dengan baik. Selain itu, perusahaan yang lebih besar umumnya memiliki pembiayaan, fasilitas dan sumber daya manusia yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil. Hasil penelitian ini sejalan dengan Faricha dan Anggaraini (2017) hasil penelitiannya

menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting*. Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Islamic Social Reporting*.

Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa ukuran profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Hal ini dapat dipahami bahwa meningkatnya profitabilitas perusahaan tidak memberikan dampak dalam pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Perusahaan perbankan syariah yang tergabung dalam bank umum syariah (BUS) menganggap ISR merupakan suatu kebutuhan stakeholder, terutama stakeholder muslim. Perusahaan beranggapan ketika kondisi keuangan mengalami profit maupun rugi, perusahaan akan tetap melakukan dan mengungkapkan ISR Sehingga perusahaan akan mendapat legitimasi dari stakeholder. Syariah enterprise theory juga menjelaskan bahwa wujud dari akuntabilitas kepada Allah SWT dan masyarakat serta memenuhi kebutuhan stakeholder muslim dalam pengambilan keputusan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitiannya Lestari (2015) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Islamic social reporting.

Pengaruh Leverage Terhadap *Islamic Social Reporting*

Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa leverage berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Hal ini dapat dipahami bahwa meningkatnya liabilitas dan equitas memberikan terhadap leverage sehingga perusahaan dituntut untuk mengungkapkan *Islamic Social Reporting*nya. Perusahaan dengan leverage tinggi akan mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang makin banyak. Hal ini disebabkan perusahaan dengan leverage tinggi memiliki tekanan yang lebih besar dari debtholders sehingga perusahaan berupaya untuk melonggarkan tekanan ini dengan cara melakukan banyak pengungkapan salah satunya adalah pengungkapan *Islamic Social Reporting* dengan tujuan memberikan keyakinan bahwa perusahaan tidak melanggar covenants yang ada. Pengungkapan *Islamic Social Reporting* diperlukan sebagai bentuk akuntabilitas dan tanggung jawab kepada stakeholders sesuai dengan kebutuhan spiritual mereka terhadap Allah SWT.

Hasil penelitian ini mendukung penelitiannya Ramadhani (2016) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa leverage berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Pengaruh Likuiditas Terhadap *Islamic Social Reporting*

Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Hal ini dapat dipahami bahwa tinggi rendahnya likuiditas yang dimiliki perusahaan dapat luas pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Likuiditas dipandang oleh pasar sebagai ukuran kinerja, maka perusahaan yang memiliki rasio likuiditas tinggi perlu mengungkapkan informasi yang lebih rinci untuk menjelaskan kuatnya kinerja dibanding dengan perusahaan yang memiliki rasio likuiditas yang rendah. Perusahaan dengan rasio likuiditas tinggi akan memberikan informasi sosial guna memberikan *good news* kepada para stakeholder untuk menaikkan citra dan menarik minat investor.

Hasil penelitian ini mendukung penelitiannya Verawaty et. al (2016) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

PENUTUP

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah ukuran perusahaan, leverage, dan likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*, sementara Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Adapun keterbatasan penelitian ini adalah kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen relatif rendah hanya 43,5% sehingga disarankan agar penelitian selanjutnya meneliti variabel independen lainnya yang kemungkinan memiliki kontribusi lebih besar dalam menjelaskan variabel pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Qur'an dan Terjemahannya. Kementerian Agama RI. Ummul Mukminin.
- Anggrini, Resa 2017 skripsi Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Dalam Indeks Saham Syariah Indonesia (Issi) Tahun 2014-2016.
- Anugerah, et al. (2010) Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing di BEI. *Jurnal Ekonomi* Volume 18, Nomor 1 Maret 2010. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Riau Kampus Bina Widya Km 12,5 Simpang Bam - Pekanbaru 28293.
- Almilia, L. S. (2007). Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Kelengkapan Pengungkapan dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEJ. *Proceeding Seminar Nasional FE Universitas Trisakti*. Jakarta, 9 Juni 2007.
- Astuti, Tri Puji. 2014. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) pada Bank Syariah di Indonesia. Naskah Publikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Badjuri, Ahmad. 2011. Faktor-Faktor Fundamental, Mekanisme Corporate Governance, Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Manufaktur Dan Sumber Daya Alam Di Indonesia. *Dinamika Keuangan Dan Perbankan*, ISSN: 1979-4878.
- Dwigana, Rahmaji Pradita. 2019. Analisis Perbandingan Penggunaan GRI Indeks Dan ISR Indeks Dalam Pengungkapan Corporate Social Responsibility Bank Umum Syariah Di Indonesia Tahun 2015-2017
- Farook, Sayd, M. Khabir dan R. Lanis. 2011. "Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: The Case of Islamic Banks". *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. Vol. 2, pp. 114-141.
- Faricha, Nailil. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Islamic Social Reporting* pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar dalam Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) tahun 2011-2014. *Jurnal Akuntansi*. Vol 4, No1. Universitas Negeri Surabaya.
- Fitria, Soraya dan Dwi Hartanti. 2010. Studi Perbandingan Pengungkapan berdasarkan Global Reporting Initiative Indeks Dan *Islamic Social Reporting* Indeks. *Simposium Nasional*. Purwokerto
- Ghozali, I. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, edisi kedua. Semarang: BP Undip.
- Haniffa, R. (2002). Social Reporting Disclosure: An Islamic Perspective. *Indonesian Management & Accounting Research* Vol.1 No.2 July 2002 pp.128 - 146.
- Haniffa, R., & Cooke, T. (2000). Culture, Corporate Governance and Disclosure in Malaysian Corporations.

- Haniffa, R. M., & Hudaib, M. A. (2004). Disclosure Practices of Islamic Financial Institutions: An Explanatory Study, in Accounting Commerce and Finance: The Islamic Perspective International Conference V, Brisbane, Australia, 17-17 June 2004.
- <https://business-law.binus.ac.id/2018/07/03/perkembangan-lembaga-perbankan-dan-keuangan-syariah-di-indonesia/> (diakses pada tgl 25 juni 2020)
- Istiani, Firda. 2015. Pengaruh Ukuran Bank, Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (Studi Empiris Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2011-2014). Skripsi. Program Studi Muamalat (Ekonomi Islam). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta. (tidak dipublikasi)
- Lestari, Puji. 2013. "Determinants of *Islamic Social Reporting* in Syariah Banks Case of Indonesia". International Journal of Business and Management Invention. Vol. 2, Issue. 10: pp.28-34.
- Lestari, Santi. 2015. Pengaruh Tingkat Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* Pada Perbankan Syariah Indonesia tahun 2010-2014. Universitas Negeri Semarang.
- Maulida, Aldheita Purnasanti, Agung Yulianto dan Asrori. 2014. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)". Dalam Accounting Analysis Journal
- Othman, Rohana, Azlan Md Thani, & Erlane K Ghani. 2009. Determinants of *Islamic Social Reporting* Among Top Shariah-approved Companies in Bursa Malaysia. Research Journal of International Studies, 12(10), 4-20. Faculty of Accountancy, Universiti Teknologi MARA. Malaysia.
- Othman, Rohana & Azlan Md Thani. 2010. *Islamic Social Reporting* Of Listed Companies In Malaysia. International Business & Economics Research Journal. Vol. 9, No. 4. University Teknologi MARA. Malaysia.
- Putri, Tria Karina. 2014. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Islamic Social Reporting* Perusahaan-Perusahaan Yang Terdaftar Pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Tahun 2011-2012. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang. (tidak dipublikasi)
- Rahajeng, R. G. (2010). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan. Skripsi. FE Universitas Diponegoro.
- Ramadhani, Febry. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Dewan Pengawas Syariah Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2010-2014). JOM Fekon. Vol.3, No.1, 2487-2500. Universitas Riau. Pekanbaru.
- 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 Council. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Depok. (tidak dipublikasi)
- Savira, Mariska Nanda. 2015. " The Influence of Company Size, Board of Commissioner Size, Sharia Supervisory Board Size, Cross-directorship, Managerial Ownership, and Institutional Ownership on *Islamic Social Reporting* (ISR). Final Project. Accounting Department, Faculty of Economics, Semarang State University.
- Sari, Dea Devita. 2018. Pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada Bank Syariah di Indonesia dan Malaysia tahun 2014-2016. Skripsi. Program Studi Akuntansi

- Syariah (Ekonomi). Institut Agama Islam Negeri Surakarta. Surakarta. (tidak dipublikasi)
- Syamrilaode. 2011. Pengertian Profitabilitas, (<http://id.shvoong.com/writingandspeaking/presenting/2130420pengertian-profitabilitas/>) (diakses pada tgl 20 juli 2020)
- Siregar dan Utama. Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, dan Praktek Corporate Governance Terhadap Pengelolaan Laba (Earning Management). Simposium Nasional Akuntansi VII Solo, September 2005, pp. 475-490
- Triyuwono, Iwan. 2011. Mengangkat “Sing Liyan” untuk formulasi nilai tambah syari’ah”. Simposium Nasional Perakaunan X Unhas, (26;28 Juli 2007).
- Triyuwono, Iwan. 2012. Akuntansi Syariah Prespektif, Metodologi, Dan Teori. Jakarta: Rajawali Pres.
- UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Widarto. 2017. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Daftar Efek Syariah Tahun 2015) . Artikel.Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Widiyanti, Novi Wulandari & Nindya Tyas Hasanah. 2017. Analisis Determinan Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) (Studi Kasus Pada Perusahaan yang Terdaftar pada Jakarta Islamic Index Tahun 2011-2015). *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol. 5, No. 2. Hal: 239-264. Universitas Jember.
- Verawaty, Jaka Darmawan & Ayu Kariza.2016. Determinan Pengungkapan Islamic Sosial Reporting Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index.Jurnal Nasional Indonesia Accounting Research Journal (IARJ).No. 1, Vol. 4. Hal: 44-59. ISSN: 2303-2235. Universitas bina Darma.