

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi
Islamic Social Reporting
Perusahaan-Perusahaan Yang Terdaftar Pada
Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI)
Tahun 2011-2012



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

TRIA KARINA PUTRI
NIM. 12030110141078

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2014

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Tria Karina Putri
Nomor Induk Mahasiswa : 12030110141078
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Proposal Skripsi : **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi
Islamic Social Reporting Perusahaan-
Perusahaan yang Terdaftar Pada Indeks
Saham Syariah Indonesia (ISSI) Tahun
2011-2012**

Dosen Pembimbing : Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, S.E., M.Si., Akt.

Semarang, 17 Maret 2014

Dosen Pembimbing

(Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, S.E., M.Si., Akt.)

NIP. 19720421iii 2000012 2001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Tria Karina Putri
Nomor Induk Mahasiswa : 12030110141078
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Proposal Skripsi : **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi
Islamic Social Reporting Perusahaan-
Perusahaan yang Terdaftar Pada Indeks
Saham Syariah Indonesia (ISSI) Tahun
2011-2012**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 27 Maret 2014

Tim Penguji :

1. Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, S.E., M.Si., Akt. (.....)
2. Drs. M. Didik Ardiyanto, M.Si., Akt (.....)
3. Dra. Hj. Zulaikha, M.Si., Akt. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Tria Karina Putri, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Islamic Social Reporting* Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar Pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Tahun 2011-2012**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/ atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 17 Maret 2014

Yang membuat pernyataan,

(Tria Karina Putri)

NIM: 12030110141078

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“sebagai pelita bagi diriku dan dirimu”

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan,
{QS. Al-Insyirah : 6}

Ilmu itu tidak ada tandingannya bagi orang yang niatnya benar
yaitu untuk menghilangkan kebodohan dari dalam diri dan orang lain.
{Imam Ahmad dalam Kitabul Ilmi, 29}

If you fight, FIGHT! Help each other and
prepare for everything.
{World War Z}

And...When you want something and put an effort on it all
the universe conspires in helping you
for achieve it
{Al-Chemist}

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk

*Kedua orang tuaku tercinta

*Saudara-saudaraku tersayang

*Sahabat dan teman-temanku

*Almamater

ABSTRACT

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, company type, and islamic securities. 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.

Populations in this study are all companies that listed in Indonesia Sharia Stock Index (ISSI) exchange in 2011-2012. The sampling method in this study is purposive sampling. The total number of samples in this study were 142 research samples. The analytical techniques was conducted by multiple regression method and also classical assumption test.

The analysis showed that industry size, profitability, company type, and islamic securities significantly positive influence the Islamic Social Reporting (ISR) in Indonesia. Meanwhile, profitability had no significant effect to the Islamic Social Reporting (ISR) in Indonesia.

Keywords: *Islamic Social Reporting (ISR), industry size, profitability, company type, and islamic securities.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi *Islamic Social Reporting* (ISR). Faktor-faktor yang digunakan antara lain ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industri, dan sebagai variabel tambahan yaitu surat berharga syariah. Pengukuran *Islamic Social Reporting* (ISR) didasarkan pada kategori *islamic social reporting* untuk mengukur ISR Indeks yang dilihat dari laporan tahunan perusahaan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada tahun 2011-2012. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Total sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 142 perusahaan. Analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis dengan metode regresi berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, dan Surat Berharga Syariah berpengaruh positif signifikan terhadap ISR di Indonesia. Sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ISR di Indonesia.

Kata kunci: *Islamic Social Reporting (ISR), ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industri, dan surat berharga syariah.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya serta anugerah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Islamic Social Reporting* Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar Pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Tahun 2011-2012”**.

Penulis menyadari bahwa dalam proses sampai dengan selesainya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan moral dan material baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ibu Sri Sundarti dan Bapak Warwito yang selalu mendoakan, memberikan semangat, dan selalu memberikan kasih sayangnya kepada penulis.
2. Ibu Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, S.E., M.Si., Akt. selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan saran, bimbingan, dan pengarahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini
3. Bapak Prof. Drs. H. Mohamad Nasir, M.Si, Akt, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
4. Prof. Dr. Muchamad Syafruddin, M.Si., Akt. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
5. Ibu Nur Cahyonowati, S.E., M.Si., Akt. selaku dosen wali yang memberikan dukungan, arahan, dan saran selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro atas segala ilmu dan pengalaman berharga yang telah diberikan selama ini kepada penulis.
7. Kakak-kakakku tercinta, Mbak Winda dan Mbak Enti yang selalu mendoakan dan memberi dukungan kepada penulis.

8. Teman-teman terbaik penulis, Angga, Richa, Wulan, Riana, Nalal, Sandiba, Dhina, Intan, Milka, Chuwi, Tiara. Terima kasih atas seluruh kenangan indah dan pengalaman berharganya selama ini.
9. Sahabat SMA yang selalu memberikan doa, motivasi, dan bantuannya walaupun berbeda tempat dan mempunyai kesibukan masing-masing, Sofi, Bete, Aida, Nila, Imak, Fifi, Winda, Tania.
10. Teman-teman seperjuangan, keluarga besar Akuntansi Reguler 2 angkatan 2010.
11. Keluarga besar KSEI atas segala ilmu, kebersamaan, dan kerjasama yang luar biasa.
12. Tim II KKN UNDIP 2013 Desa Gondang, Kec. Cepiring, Kab. Kendal atas pengalaman, keceriaan, dan kebersamaannya.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan serta doa hingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Semarang, 17 Maret 2014

Penulis,

Tria Karina Putri

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN | iii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI..... | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | v |
| <i>ABSTRACT</i> | vi |
| ABSTRAK..... | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 9 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 10 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 12 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 12 |
| 2.1.1 Teori Legitimasi..... | 12 |
| 2.1.2 Teori Stakeholders..... | 16 |
| 2.2 Pengungkapan (<i>Disclosure</i>)..... | 18 |
| 2.3.1. Definisi..... | 18 |
| 2.3.2. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)..... | 22 |
| 2.3.3. Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI)..... | 27 |
| 2.3.4. <i>Islamic Social Reporting</i> (ISR) | 30 |
| 2.3 Faktor-Faktor <i>Islamic Social Reporting</i> | 33 |
| 2.3.1. Ukuran Perusahaan..... | 33 |

| | |
|---|-----------|
| 2.3.2. Profitabilitas..... | 35 |
| 2.3.3. Tipe Industri..... | 36 |
| 2.3.4. Surat Berharga Syariah..... | 38 |
| 2.4 Penelitian Terdahulu | 38 |
| 2.5 Kerangka Pemikiran..... | 41 |
| 2.6 Hipotesis..... | 42 |
| 2.6.1. Ukuran Perusahaan dan <i>Islamic Social Reporting</i> | 43 |
| 2.6.2. Profitabilitas dan <i>Islamic Social Reporting</i> | 44 |
| 2.6.3. Tipe Industri dan <i>Islamic Social Reporting</i> | 45 |
| 2.6.4. Surat Berharga Syariah dan <i>Islamic Social Reporting</i> | 46 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 49 |
| 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional..... | 49 |
| 3.1.1 Variabel Bebas (Independen)..... | 49 |
| 3.1.2 Variabel Terikat (Dependen) | 51 |
| 3.2 Populasi dan Sampel..... | 51 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data | 53 |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data..... | 53 |
| 3.5 Metode Analisis Data | 54 |
| 3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif..... | 54 |
| 3.5.2 Uji Normalitas | 55 |
| 3.5.3 Uji Asumsi Klasik..... | 56 |
| 3.6. Pengujian Hipotesis..... | 58 |
| 3.6.1 Koefisien Determinan | 59 |
| 3.6.2 Uji F..... | 59 |
| 3.6.3 Uji T..... | 60 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 61 |
| 4.1 Deskripsi Objek Penelitian | 61 |
| 4.2 Analisis Data..... | 63 |
| 4.2.1 Praktik <i>Islamic Social Reporting</i> | 63 |
| 4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif..... | 76 |
| 4.2.3 Uji Normalitas | 82 |

| | |
|--|-----|
| 4.2.4 Uji Asumsi Klasik..... | 85 |
| 4.2.4.1 Uji Multikolinearitas..... | 86 |
| 4.2.4.2 Uji Autokorelasi..... | 87 |
| 4.2.4.3 Uji Heterokedastisitas..... | 88 |
| 4.2.5 Analisis Regresi Berganda..... | 93 |
| 4.2.5.1 Koefisien Determinan. (R^2)..... | 93 |
| 4.2.5.2 Uji F..... | 94 |
| 4.2.5.3 Uji T..... | 95 |
| BAB V PENUTUP | 108 |
| 5.1 Simpulan | 108 |
| 5.2 Keterbatasan..... | 109 |
| 5.3 Saran | 109 |
| DAFTAR PUSTAKA | 111 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | 121 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 2.1 Daftar Penelitian-Penelitian Terdahulu | 40 |
| Tabel 3.1 Klasifikasi Industri Berdasarkan BEI..... | 51 |
| Tabel 4.1 Proses Pengambilan Sampel | 62 |
| Tabel 4.2 Pengungkapan Indeks ISR Tahun 2011-2012 Menurut Tema..... | 65 |
| Tabel 4.3 Perusahaan yang Menjadi Sampel Penelitian | 77 |
| Tabel 4.4 Analisis Statistik Deskriptif | 77 |
| Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Proporsi Variabel <i>Dummy</i> | 80 |
| Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Proporsi Skala Interval | 81 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas (Uji Kolmogorov-Smirnov) | 84 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas | 85 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Autokorelasi (Uji Durbin-Watson)..... | 86 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Heterokedastisitas..... | 88 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Heterokedastisitas Setelah Mengeliminasi Outlier | 90 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonieritas Setelah Mengeliminasi Outlier | 91 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi Setelah Mengeliminasi Outlier..... | 91 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas Setelah Mengalami Outlier..... | 92 |
| Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Koefisien Determinan..... | 93 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji F..... | 94 |
| Tabel 4.17 Hasil Regresi Berganda (Uji T)..... | 95 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 2.1 Tiga Pilar Pembangunan Berkelanjutan..... | 25 |
| Gambar 2.2 Tiga Dimensi Keberlanjutan..... | 26 |
| Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 42 |
| Gambar 4.1 Total Pengungkapan Indeks ISR Tahun 2011-2012..... | 63 |
| Gambar 4.2 Gambar Histogram Uji Normalitas..... | 82 |
| Gambar 4.3 Grafik <i>Normal Probability Plot</i> | 83 |
| Gambar 4.4 Grafik Scatterplot Uji Heterokedastisitas..... | 87 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|--|---------|
| Lampiran 1. Indeks Pengungkapan Islamic Social Reporting | 121 |
| Lampiran 2. Daftar Perusahaan Sampel..... | 123 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, perusahaan tidak hanya dihadapkan pada konsep *single bottom line* (SBL) dalam bentuk nilai perusahaan atau catatan keuangan, melainkan juga dihadapkan oleh konsep *triple bottom line* (TBL) yang meliputi aspek keuangan, kehidupan sosial, dan lingkungan hidup. Konsep *single bottom line* dianggap sebagai konsep yang sudah ketinggalan zaman. Hal tersebut dikarenakan konsep *single bottom line* (SBL) hanya menekankan pada pencapaian profit yang maksimal perusahaan tanpa memperhatikan aspek lainnya. Oleh karena itu, setiap perusahaan yang memiliki orientasi untuk mencapai laba harus berusaha untuk membangun citra yang baik dari lingkup internal (karyawan.) maupun eksternal (masyarakat) atau tanggung jawab sosial, yang lebih dikenal dengan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Isu mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR (*Corporate Social Responsibility*) ini telah banyak diterapkan di negara-negara maju maupun negara berkembang. Isu CSR kian menjadi topik terhangat dalam beberapa dekade terakhir, fenomena ini dipicu dengan mengglobalnya tren mengenai praktik CSR di dalam dunia bisnis. Friedman (1982) menyatakan bahwa keberlanjutan perusahaan bukan hanya bergantung pada laba perusahaan (*profit*), melainkan juga bergantung pada tindakan nyata terhadap karyawan di dalam perusahaan dan masyarakat di luar perusahaan (*people*) serta lingkungan (*planet*). Jangkauan

tanggung jawab sosial kepada para pemangku kepentingan dinilai lebih luas dan lebih penting dibandingkan tanggung jawab ekonomi dan hukum bagi para pemegang saham.

Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholders* yang meliputi beberapa para pemangku kepentingan yaitu pelanggan, karyawan, investor, pemasok, kompetitor, pemerintah, kompetitor, dan masyarakat. Hal ini dikarenakan konsep CSR merupakan inti dari etika bisnis bagi setiap perusahaan. Wood (1991) menyatakan ada tiga prinsip tanggung jawab sosial, yaitu : Pertama, perusahaan adalah institusi sosial sehingga bertanggung jawab untuk menggunakan kekuatannya secara tepat. Kedua, perusahaan bertanggung jawab terhadap keluaran yang berhubungan dengan keterlibatan dengan masyarakat. Ketiga, individu dalam perusahaan adalah agen moral yang berkewajiban untuk menggunakan kebijaksanaan dalam membuat keputusan.

Utama (2007) mengungkapkan bahwa praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia mulai berkembang seiring dengan semakin meningkatnya perhatian masyarakat global terhadap perkembangan perusahaan transnasional atau multinasional yang beroperasi di Indonesia. Hal ini terlihat dari berbagai perusahaan sudah mulai menunjukkan komitmennya untuk menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan kepada para pemangku mereka (*stakeholder*), serta mengungkapkan isu CSR dalam laporan keuangan tahunan atau *press releasa* lainnya. Selain itu, pengungkapan CSR tidak hanya terkait kepada para pemangku mereka (*stakeholder*) tetapi juga terkait dengan adanya isu kerusakan lingkungan

yang terjadi di Indonesia beberapa tahun terakhir seperti penggundulan hutan, polusi udara, perubahan iklim, pencemaran air bersih oleh limbah, dan sebagainya.

Praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia mendapatkan dukungan dari pemerintah (Waryanto, 2010). Hal ini sesuai dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 mengenai laporan tahunan harus memuat beberapa informasi, salah satunya laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Adapun dalam pelaksanaan pertanggungjawaban sosial, pada September 2004 lalu telah dirumuskan ke dalam ISO 26000 : *Guidance Standard on Social Responsibility*. ISO 26000 merupakan pedoman yang mengatur pelaksanaan CSR bagi semua jenis perusahaan. Termasuk dengan adanya *Indonesian Sustainability Reporting Award (ISRA Award)*, hal ini dapat menjadi nilai tambah citra suatu perusahaan.

Konsep CSR mulai berkembang di ekonomi syariah. Hal ini terbukti semakin banyak perusahaan-perusahaan yang menerapkan prinsip-prinsip syariah di setiap kegiatan bisnisnya yang diharapkan perusahaan tersebut dapat melakukan tanggung jawab sosial perusahaan secara islami. Siwar dan Hossain (2009) menyebutkan bahwa nilai-nilai Islam yang dibawa oleh Nabi Muhammad Shalallahu 'Alaihi Wassallam dapat digunakan sebagai landasan tanggung jawab sosial perusahaan sama seperti halnya pada perusahaan konvensional. Dalam penelitiannya, mereka menyimpulkan bahwa nilai-nilai Islam memiliki hubungan yang relevan dan memiliki kontribusi terhadap konsep CSR yang telah berkembang 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-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 ini hanya terdiri dari 30 saham syariah yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Namun, munculnya Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) akan menjadi acuan bagi investor untuk berinvestasi di saham syariah sekaligus menggambarkan kinerja seluruh saham syariah yang tercatat di BEI serta membantu menjelaskan kesalahpahaman masyarakat yang beranggapan bahwa saham syariah hanya terdiri dari 30 saham yang masuk dalam JII (www.idx.co.id).

Perkembangan pasar modal syariah yang begitu cepat membuat perusahaan-perusahaan yang masuk Daftar Efek Syariah diekspektasikan untuk menyajikan suatu dimensi religi dalam pengungkapan laporan tahunan dalam rangka memberikan manfaat bagi pemangku kepentingan (Othman dan Thani, 2010). Dengan demikian, dibutuhkan *guideline* untuk mengukur sejauh mana perusahaan-perusahaan yang masuk Daftar Efek Syariah membuat laporan tahunan dengan menyajikan pemenuhan kewajiban perusahaan yang sesuai

dengan syariah. Untuk itu, Othman *et al.* (2009) mengembangkan indeks pengungkapan yang relevan dengan hal-hal yang telah disebutkan sebelumnya pada *Islamic Social Reporting (ISR) Index*. 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 Subhanaahu wa Ta'ala dan masyarakat.

Dalam hal *social reporting*, kondisi perusahaan sedikit banyak juga mempengaruhi kinerja serta luas penyajian laporan tahunan termasuk laporan sukarela perusahaan. Kondisi perusahaan dapat dilihat dari tipe perusahaan, ukuran perusahaan, dan profitabilitas perusahaan (Puspitasari, 2009). Utomo (2000) menyatakan bahwa tipe perusahaan yang lebih tinggi (*high-profile*) lebih banyak mengungkapkan kegiatan sosial perusahaan dibandingkan tipe perusahaan yang lebih rendah (*low-profile*). Sedangkan untuk 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, oleh karena itu perusahaan besar cenderung mendapat tekanan yang lebih untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya (Cowen *et al.*, 1987) dalam (Amran dan Devi, 2008).

Perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang kuat, juga 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 ini menarik untuk diteliti mengingat banyak sekali kasus mengenai CSR di antaranya melubernya lumpur dan gas panas di Kabupaten Sidoharjo yang disebabkan eksploitasi gas PT Lapindo Brantas, limbah industri PT Wings Surya yang melampaui baku mutu buangan limbah cair yang telah merusak sekitar 18 hektar tanaman padi milik warga, dan PT Adi Makayasa yang ditutup sementara karena warga sekitar mengeluhkan polusi udara yang ditimbulkan dari aktivitas pabrik pupuk organik tersebut (CSR Indonesia Newsletter: 2008). Selain itu, akhir-akhir ini marak adanya isu kontroversi mengenai pencantuman sertifikasi halal pada obat-obatan. Mengingat memperoleh produk halal bagi setiap konsumen khususnya konsumen muslim adalah hak konstitusional, yang dijamin oleh konstitusi (www.muslimdaily.net). Penerbitan sertifikasi halal pada produk merupakan bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap *stakeholders*, khususnya konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Othman *et al.* (2009) menentukan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, dan ukuran dewan direksi muslim secara signifikan mempengaruhi tingkat pengungkapan ISR, sedangkan tipe industri bukanlah faktor penting yang mempengaruhi ISR

secara signifikan. Penelitian terdahulu lainnya juga pernah dilakukan oleh Raditya (2012) yang memasukkan variabel bebas spesifik syariah yaitu penerbitan sukuk dan umur perusahaan yang dianggap dapat mempengaruhi pengungkapan ISR. Hasil penelitian yang dilakukan selama kurun waktu tahun 2009-2010 membuktikan bahwa penerbitan sukuk, jenis industri dan umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan ISR, sedangkan ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan ISR.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, penelitian ini menindaklanjuti saran yang diberikan oleh penelitian sebelumnya. Adapun penelitian sebelumnya dilakukan oleh Raditya (2012) dan Widiawati (2012) dengan menggunakan ISR sebagai indeks pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap perusahaan-perusahaan yang masuk pada Indeks Saham Syariah Indonesia tanpa adanya perubahan pada item ISR dan perubahan variabel bebas yaitu mengganti variabel jenis bank dengan variabel Surat Berharga Syariah.

Surat Berharga Syariah mencakup beberapa surat berharga yang dimiliki oleh perusahaan seperti saham syariah, sukuk, serta reksadana yang digunakan untuk mendanai aktivitas perusahaan. Sebagai salah satu sumber pendanaan, informasi yang luas terkait sumber dana serta kegunaan dana tersebut harus diungkapkan secara jelas. Pengungkapan informasi ini seharusnya diungkapkan bukan hanya saat sekuritas hendak diterbitkan, melainkan juga selama sekuritas tersebut masih menjadi salah satu sumber pendanaan bagi perusahaan. Dengan demikian, adanya pengungkapan sukarela diharapkan dapat menghilangkan

keraguan bagi pihak calon investor, kreditor, maupun konsumen dalam mengambil keputusan.

1.2 Rumusan Masalah

Pengungkapan setiap perusahaan memiliki tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah yang berbeda-beda. Hal ini dikarenakan pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah ini bersifat sukarela (*voluntary disclosure*), dan tidak ada standar mengenai pokok-pokok pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah. Adanya ketidakseragaman dalam pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah ini mengakibatkan perusahaan dianggap kurang transparan dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *Islamic Social Reporting* (ISR) perusahaan yang masuk pada Indeks Saham Syariah Indonesia.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *Islamic Social Reporting* perusahaan yang terdaftar pada Indeks Saham Syariah Indonesia?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap *Islamic Social Reporting* perusahaan yang terdaftar pada Indeks Saham Syariah Indonesia?
3. Apakah tipe industri berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting* perusahaan yang terdaftar pada Indeks Saham Syariah Indonesia?

4. Apakah Surat Berharga Syariah berpengaruh positif terhadap *Islamic Social Reporting* perusahaan yang terdaftar pada Indeks Saham Syariah Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR) perusahaan yang terdaftar pada Indeks Saham Syariah Indonesia.
2. Menganalisis dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR) perusahaan yang terdaftar pada Indeks Saham Syariah Indonesia.
3. Menganalisis dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh tipe industri terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR) perusahaan yang terdaftar pada Indeks Saham Syariah Indonesia.
4. Menganalisis dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh Surat Berharga Syariah terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR) perusahaan yang terdaftar pada Indeks Saham Syariah Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan dapat mengaplikasikan ilmu yang diperoleh dalam dunia kerja. Selain itu, penelitian ini digunakan sebagai pemenuhan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi.

2. Bagi perusahaan, calon investor maupun kreditor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi perusahaan-perusahaan yang masuk dalam Indeks Saham Syariah Indonesia agar dapat melakukan tanggung jawab sosialnya dengan membuat *Islamic Social Reporting* yang memadai dan sesuai dengan prinsip syariah. Bagi investor dan kreditor, dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi investor dan kreditor dalam pengambilan keputusan investasi maupun keputusan memberikan kredit.

3. Bagi akademisi, atau penelitian selanjutnya

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

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Bab ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai isi penulisan secara menyeluruh.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori yang digunakan dalam penelitian, landasan teori ini diperoleh dari berbagai studi literatur yang berkaitan dengan topik. Dalam bab ini juga dijelaskan mengenai kerangka pemikiran serta penelitian-penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang deskripsi tentang variabel-variabel penelitian, penentuan populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, interpretasi hasil dan argumen terhadap hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang hasil penelitian, simpulan dari penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan dibahas mengenai : (i) teori legitimasi, dan teori stakeholders yang menjadi landasan teori dalam penelitian ini. Bab ini juga menjelaskan mengenai (ii) uraian mengenai penelitian-penelitian terdahulu yang sejenis , (iii) pengembangan hipotesis berdasarkan teori dan penelitian terdahulu yang dirangkai berdasarkan kerangka pemikiran.

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Teori Legitimasi

Teori Legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan beroperasi dalam lingkungan eksternal yang berubah secara konstan dan mereka berusaha menyakinkan bahwa perilaku mereka sesuai dengan batas-batas dan norma masyarakat (Brown dan Deegan, 1998 dalam Michelin dan Parbonetti, 2010). Menurut Ulman (1982) dalam Ghozali dan Chariri (2007), teori legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat.

Legitimasi merupakan batasan-batasan terhadap norma-norma, nilai-nilai sosial, serta reaksi sehingga diharapkan dapat mendorong organisasi berperilaku dengan memperhatikan nilai-nilai sosial di lingkungan perusahaan. Gray (2005) dalam Farook (2011) pengungkapan CSR merupakan bentuk dialog antara perusahaan dengan lingkungan yang lebih luas (masyarakat). Dowling dan Pfeffer (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-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, perusahaan dalam beroperasi menggunakan sumber daya ekonomi.

Shocker dan Sethi (1974) dalam Ghazali 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 power yang dimiliki.

Dowling dan Pfeffer (1975,p.124) dalam Ghazali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa legitimasi tidak dapat didefinisikan hanya dengan mengatakan “apa yang legal atau illegal”. Harapan masyarakat terhadap perilaku perusahaan dapat bersifat implisit dan eksplisit (Deegan 2000, p.254). Menurut Deegan (2000) bentuk eksplisit dari kontrak sosial adalah persyaratan legal, sementara bentuk implisitnya adalah “harapan masyarakat yang tercantum dalam peraturan legal, sementara bentuk implisitnya adalah “harapan masyarakat yang tidak tercantum dalam peraturan legal (*uncodified community expectation*)”.

Seperti yang dijelaskan di atas, setiap perusahaan pada dasarnya memiliki kontrak implisit terhadap masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai yang dijunjung di lingkungan masyarakat. Jika suatu perusahaan dapat

memenuhi kontrak implisit tersebut terhadap *stakeholders*, maka *stakeholders* akan bertindak sesuai keinginan perusahaan. Sebaliknya, jika perusahaan tidak memenuhi kontrak implisit terhadap *stakeholders* maka akan terjadi kemungkinan kontrak implisit ini akan menjadi sesuatu yang eksplisit dan akan menimbulkan biaya yang lebih tinggi. Jika hal ini dibiarkan terus-menerus maka akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan.

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) ini dilaporkan pada laporan tahunan mereka untuk memberikan kesan tanggung jawab sosial sehingga mereka dapat diterima oleh masyarakat. Dengan adanya penerimaan dari masyarakat, diharapkan dapat menjadi nilai tambah maupun citra baik bagi perusahaan sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan bagi *stakeholders*.

Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu 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 “*legitimay gap*” dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melanjutkan kegiatan usahanya (Dowling dan Pfeffer, 1975). 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 telah berubah.
3. Kinerja perusahaan dan harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan berubah ke arah yang berbeda, atau ke arah yang sama tetapi waktunya berbeda.

Keberadaan dan besarnya *legitimacy gap* bukan sesuatu yang mudah untuk ditentukan. 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 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. Jadi untuk mengurangi *legitimacy gap*, perusahaan harus mengidentifikasi aktivitas yang berada dalam kendalinya dan mengidentifikasi publik yang memiliki tower sehingga mampu memberikan legitimasi kepada perusahaan (Neu *et al.*, 1998 dalam Ghozali dan Chariri, 2007).

2.1.2. Teori Stakeholders

Freeman dkk (2004) mengatakan bahwa teori *stakeholders* berarti kumpulan kebijakan dan praktik langsung terhadap sesuatu yang berhubungan dengan *stakeholders*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Sedangkan menurut Ullman (1982), menyatakan bahwa teori *stakeholders* berarti perusahaan dan manajemen perusahaan bertindak dan membuat laporan sesuai dengan keinginan dan power dari kelompok *stakeholders* yang berbeda. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa teori *stakeholders* menjelaskan tentang perusahaan sebagai sebuah entitas yang dalam menjalankan aktivitasnya tidak hanya untuk kepentingan perusahaannya saja melainkan juga harus memberikan manfaat kepada para pemangku kepentingan perusahaan tersebut, seperti: manajer, karyawan, konsumen, pemasok, investor, kreditor, pemerintah, *shareholders*, serta masyarakat sekitar perusahaan. Gray, Kouhy, dan Adams (1994) dalam Chariri (2008, hal.159) menyatakan :

kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada *stakeholders*, dan dukungan tersebut harus dicari, sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Semakin powerfull *stakeholder*, semakin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai media komunikasi antara perusahaan dengan *stakeholdernya*.

Definisi lain dilontarkan oleh Rhenald Kasali sebagaimana dikutip oleh Wibisono, 2007 (dalam Kirana, 2009) yang menyatakan bahwa yang dimaksud para pihak adalah setiap kelompok yang berada di dalam maupun di luar

perusahaan yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan perusahaan.

Dalam hal ini Rhenald Kasali mengkategorikan *stakeholders* sebagai berikut :

a) *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).

b) *Stakeholders primer*, *stakeholders sekunder*, dan *stakeholders marjinal*

Stakeholders primer ialah *stakeholders* yang paling mampu, selanjutnya *stakeholders* yang kurang mampu ialah *stakeholders sekunder*. Sedangkan *stakeholders marjinal* ialah *stakeholders* yang biasa diabaikan. Urutan prioritas ini bagi setiap perusahaan berbeda-beda, meskipun produk atau jasanya sama dan bisa berubah-ubah dari waktu ke waktu.

c) *Stakeholders tradisional* dan *stakeholders masa depan*

Stakeholders tradisional dapat diartikan *stakeholders* yang sudah berhubungan dengan organisasi saat ini. *Stakeholders tradisional* ini meliputi karyawan dan konsumen. Sedangkan *stakeholders masa depan* ialah *stakeholders* pada masa depan yang diperkirakan dapat memberikan pengaruhnya bagi organisasi seperti konsumen potensial, peneliti.

d) *Proponents*, *opponents*, dan *uncommitted* (pendukung, penentang, dan yang tidak peduli)

Di antara *stakeholders* ada kelompok yang memihak organisasi (*proponents*), menentang organisasi (*opponents*) dan yang tidak peduli atau abai (*uncommitted*). Dalam hal ini, organisasi perlu untuk mengenal *stakeholders* yang berbeda-beda ini, agar dengan jernih dapat melihat permasalahan, menyusun rencana dan strategi untuk melakukan tindakan yang proposional.

e) *Silent majority* dan *vocal minority* (pasif dan aktif)

Dilihat dari aktivitas *stakeholders* dalam melakukan komplain atau mendukung perusahaan, tentu ada yang menyatakan penentangan atau dukungannya secara *vocal* (aktif) namun ada pula pihak yang menyatakan secara *silent* (pasif).

2.2. Pengungkapan (*Disclosure*)

2.2.1. Definisi

Pada umumnya di setiap perusahaan, pengungkapan atau pelaporan (*disclosure*) merupakan pemberian informasi atas konsekuensi atau bentuk pertanggungjawaban mengenai aktivitas yang telah dilakukan oleh perusahaan. Noegraheni (2005) menyatakan bahwa bagi pihak di luar manajemen, 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, yakni 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. Dengan demikian, informasi tersebut harus lengkap, jelas, dan dapat menggambarkan segala aktivitas ekonomi yang berpengaruh terhadap hasil operasi unit usaha perusahaan tersebut.

Pengungkapan erat kaitannya dengan empat pertanyaan (Evans, 2003) berikut : (1) Untuk siapa informasi diungkapkan? (2) Mengapa pengungkapan perlu untuk dibuat? (3) Berapa banyak informasi yang harus diungkapkan? serta yang terakhir ialah (4) Kapan informasi harus diungkapkan?. Keempat pertanyaan tersebut harus dapat dijawab bagi perusahaan yang hendak melakukan pengungkapan agar dapat mengetahui siapa pihak-pihak yang menggunakannya, tujuan dan alasan dari pengungkapan tersebut, jumlah pengungkapan yang dibutuhkan, dan waktu yang tepat untuk melakukan pengungkapan.

Menurut Hendriksen dan Breda (1992) dan Evans (2003) dalam Raditya (2012) terdapat tiga konsep pengungkapan secara umum. Konsep pengungkapan ini terkait dengan pertanyaan berapa banyak informasi yang harus diungkapkan. Adapun konsep-konsep tersebut antara lain :

1. Pengungkapan Cukup (*Adequate Disclosure*)

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

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.

Sedangkan dalam praktiknya, pengungkapan berdasarkan hubungannya dengan persyaratan yang ditetapkan standar menurut Darrough (1993) dalam Hariandy (2011), terdiri dari dua macam yaitu :

1. Pengungkapan Wajib (*mandatory disclosure*)

Pengungkapan wajib merupakan pengungkapan bagian-bagian dalam laporan keuangan yang disyaratkan oleh standar akuntansi yang berlaku dan oleh Badan Pengawas Pasar Modal yang berwenang di negara yang bersangkutan, di Indonesia ialah Bapepam dan Lembaga Keuangan. Jika perusahaan tidak bersedia untuk mengungkapkan informasi secara sukarela maka pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) akan memaksa perusahaan untuk mengungkapkan informasi tersebut. Adapun di Indonesia,

pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) diatur dalam Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal No. KEP-38/PM/1996 kemudian direvisi dalam Peraturan Bapepam No. KEP-134/BL/2006 tanggal 7 Desember 2006 dan Ikatan Akuntansi Indonesia.

2. Pengungkapan Sukarela (*voluntary disclosure*)

Pengungkapan sukarela merupakan pengungkapan komponen-komponen yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh peraturan berlaku sebagaimana tambahan pengungkapan minimum yang telah ditetapkan. Pengungkapan sukarela merupakan cara untuk mewujudkan transparansi dalam dunia bisnis perusahaan. Hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan investor dan pengguna lainnya atau kredibilitas perusahaan.

Dari perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan (Verecchia, 1983 dalam Basalamah *et al.*, 2005). Sedangkan dalam perspektif ekonomi Islam, perusahaan akan menghasilkan pengungkapan yang benar, adil, dan transparansi apabila memiliki suatu akuntabilitas terhadap Allah Subhanaahu wa Ta'ala. Konsep dasar akuntabilitas Islam ini percaya bahwa seluruh sumber daya yang telah disediakan dan diciptakan di muka bumi adalah untuk kemaslahatan manusia. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan wajib merupakan pengungkapan yang timbul sebagai konsekuensi atas keberadaan perusahaan terkait kegiatan bisnisnya. Sedangkan, pengungkapan sukarela

merupakan pengungkapan yang timbul dari hasil analisis *cost and benefit* perusahaan yang bersangkutan.

Di Indonesia, persyaratan untuk mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan diatur dalam UU Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 pasal 66 ayat (2) point c yang menyebut bahwa “*Annual report* yang dibuat oleh perusahaan sekurang-kurangnya harus memuat laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Namun demikian, dalam UU tersebut tidak disebutkan persyaratan tentang bentuk, format, isi dalam laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam melakukan penentuan indeks dilakukan dengan menggunakan *disclosure item* pada lampiran 1 yang digunakan untuk menentukan *disclosure* yang disajikan oleh perusahaan.

2.2.2. Corporate Social Responsibility (CSR)

Definisi formal mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) diperoleh dari hasil dialog internasional bertajuk “*WBCSD Stakeholder Dialogue on CSR*” di Netherlands pada 6-8 September 1998, yaitu : (Watts dan Holme,1999)

“Continuing commitment by business to be have ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large”.

Definisi lain mengenai CSR dikemukakan oleh *World Bank* selaku Lembaga Keuangan Global memandang CSR sebagai :

“The commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development”.

Dengan demikian, satu kata kunci penting dari definisi-definisi tersebut adalah komitmen. CSR merupakan suatu komitmen perusahaan selaku pelaku bisnis untuk bertindak secara etis dan berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi berkelanjutan, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarga serta masyarakat secara lebih luas. Secara garis besar, hal-hal yang dapat dilakukan perusahaan dalam membantu peningkatan kualitas hidup karyawan serta masyarakat luas diantaranya menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarga (pemberian insentif, dll), dan peduli terhadap masyarakat sekitar dan masyarakat pada umumnya. Hal ini sesuai dengan konsep *Triple Bottom Line*, perusahaan akan dapat melakukan bisnis dalam jangka panjang apabila memperhatikan tiga aspek utama, yaitu Keuntungan, Sosial, dan Lingkungan (Mulyadi dan Anwar, 2011). Konsep *Triple Bottom Line* merupakan konsep dasar terbentuknya CSR.

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

1. Kepatuhan terhadap hukum
2. Menghormati instrumen/badan-badan Internasional
3. Menghormati stakeholders dan kepentingannya
4. Akuntabilitas

5. Transparansi
6. Perilaku yang beretika
7. Melakukan tindakan pencegahan

Dalam penelitiannya, Garriga dan Mele (2004) mengklasifikasikan empat teori mengenai CSR, keempat tersebut merupakan konsep dasar dari perkembangan teori CSR. Keempat teori tersebut diantaranya :

1. Teori Instrumen (*Instrumental Theories*)

Dalam teori ini, diasumsikan perusahaan sebagai instrumen yang menciptakan kemakmuran dan itulah tanggung jawab sosialnya. Aspek ekonomi yang dipertimbangkan dalam teori hanya interaksi antara bisnis dengan masyarakat. Oleh karena itu, segala bentuk kegiatan sosial hanya akan diterima jika, dan hanya jika, konsisten dengan kegiatan menciptakan kemakmuran tersebut.

2. Teori Politik (*Political Theories*)

Teori ini menekankan pada kekuatan sosial dari sebuah perusahaan, terutama dalam hal hubungannya dengan masyarakat dan tanggung jawabnya terhadap arena politik terkait dengan kekuatan sosial tersebut. Hal ini mengakibatkan perusahaan harus turut berpartisipasi dalam kegiatan sosial tertentu.

3. Teori Integratif (*Integrative Theories*)

Teori ini menganggap bahwa suatu bisnis harus dapat mengintegrasikan segala tuntutan sosial. Teori ini menyatakan bahwa keberlangsungan dan

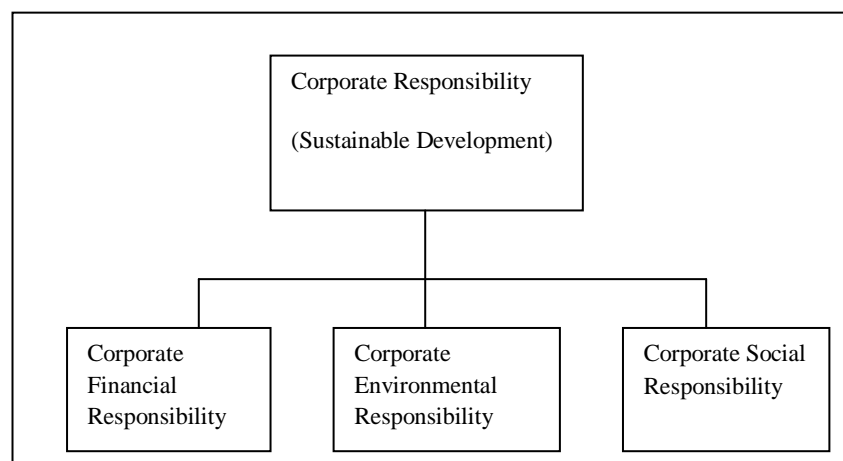
pertumbuhan suatu bisnis tergantung pada masyarakat dan bahkan untuk keberadaan bisnis itu sendiri.

4. Teori Etika (*Ethical Theories*)

Teori ini memahami bahwa hubungan antara bisnis dan masyarakat tertanam dalam nilai-nilai etika. Hal ini menghasilkan suatu visi CSR dari sudut pandang etika, akibatnya perusahaan harus memiliki tanggung jawab sosial sebagai bentuk dari tuntutan etika yang diatas segalanya.

CSR merupakan bagian integral dari pembangunan berkelanjutan karena konsep CSR tepat untuk ditempatkan dalam konteks pembangunan berkelanjutan. Gambar 2.1 mengilustrasikan hubungan antara pembangunan berkelanjutan dengan konsep CSR.

Gambar 2.1 Tiga Pilar Pembangunan Berkelanjutan

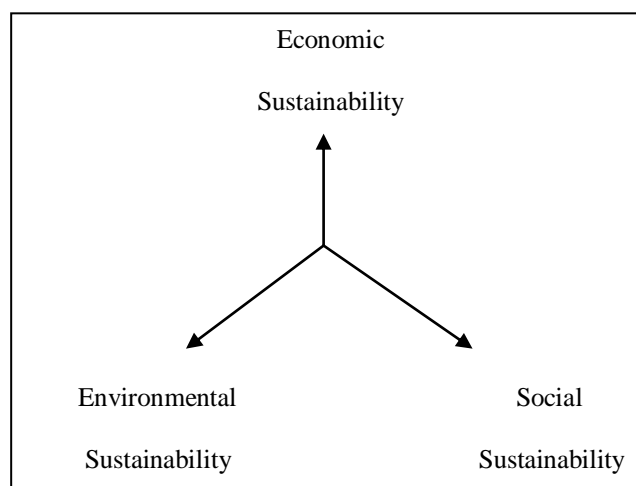


Sumber: Watts dan Holme (1999)

Berdasarkan Gambar 2.1, pembangunan berkelanjutan terdiri dari tiga pilar utama, yaitu tanggung jawab keuangan perusahaan, tanggung jawab

lingkungan perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan (Watts dan Holme, 1999). Menurut Steurer *et al.* (2005), pembangunan berkelanjutan merupakan pembangunan yang memenuhi kebutuhan generasi saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi depan dalam memenuhi kebutuhan dan aspirasi mereka. Dengan demikian, pembangunan berkelanjutan melakukan kegiatan pembangunannya saat ini tanpa mengorbankan kemampuan/manfaat di masa datang. Gambar 2.2 mengilustrasikan hubungan antara tiga dimensi pembangunan keberlanjutan. Pembangunan berkelanjutan terdiri dari tiga dimensi utama yakni: *Economic Sustainability* (ekonomi), *Environmental Sustainability* (ekologi), dan *Social Sustainability* (sosial).

Gambar 2.2 Tiga Dimensi Keberlanjutan



Sumber: Dyllick dan Hockerts (2002)

Berdasarkan Gambar 2.2 ketiga dimensi tersebut saling berhubungan dan saling mempengaruhi satu sama lain sehingga ketiga dimensi ini harus dipenuhi secara simultan untuk mencapai keberlanjutan jangka panjang. Menurut Dyllick

dan Hockerts (2002) menyebutkan integrasi antara ketiga dimensi tersebut sebagai *triple-bottom-line*.

2.2.3. Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI)

Salah satu sumber pembiayaan bagi dunia usaha dan wadah investasi bagi masyarakat ialah pasar modal. Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal, pasar modal adalah kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek. pasar modal lebih dikenal dengan sebutan Bursa Efek. Bursa Efek adalah sistem yang terorganisasi yang mempertemukan penjual dan pembeli efek secara langsung maupun melalui wakil-wakilnya (Siamat, 2004).

Beberapa tahun terakhir, perkembangan pasar modal tidak hanya terjadi pada pasar modal konvensional, tetapi juga terjadi pada pasar modal syariah. Pasar modal syariah diartikan BAPEPAM dan LK sebagai kegiatan dalam pasar modal sebagaimana diatur dalam UU Pasar Modal yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Prinsip dasar syariah di pasar modal bersumber dari Al-Quran dan Hadist. Kegiatan di pasar modal syariah dikategorikan sebagai kegiatan ekonomi muamalah. Menurut kaidah fikih yang terdapat dalam Fatwa DSN No: 40/DSN-MUI/X/2003 yang berbunyi “Pada dasarnya, semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”. Menurut BAPEPAM dan LK, konsep inilah yang menjadi prinsip dasar pasar modal syariah di Indonesia.

Sejarah perkembangan pasar modal diawali sejak diterbitkannya Reksa Dana Syariah oleh PT. Danareksa Investment Management pada 3 Juli 1997. Pada 3 Juli 2000, Bursa Efek Indonesia (BEI) bekerja sama dengan PT. Danareksa Investment Management dalam meluncurkan *Jakarta Islamic Index* dengan tujuan untuk memandu investor yang ingin menginvestasikan dananya secara syariah. Pasar modal syariah merupakan tempat dimana efek syariah diperdagangkan. Dimana efek-efek syariah tersebut diatur dalam Peraturan BAPEPAM dan LK No. IX.A.13 tentang Penerbitan Efek Syariah dan No. IX.A.14 tentang Akad-akad yang digunakan dalam Penerbitan Efek Syariah di Pasar Modal. Selanjutnya, pada tanggal 31 Agustus 2007 BAPEPAM dan LK menerbitkan Peraturan BAPEPAM dan LK Nomor II K.1 tentang Kriteria dan Penerbitan Daftar Efek Syariah dan diikuti dengan peluncuran Daftar Efek Syariah pertama kali oleh BAPEPAM dan LK pada tanggal 12 September 2007. Perkembangan minat akan efek syariah tersebut hingga akhirnya PT Bursa Efek Indonesia (BEI) mulai tanggal 12 Mei 2011 meluncurkan indeks harga saham baru dengan nama Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).

Adapun perbedaan antara Indeks Saham Syariah Indonesia dengan *Jakarta Islamic Index* ialah *Jakarta Islamic Index* (JII) ini hanya terdiri dari 30 saham syariah yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) sedangkan Indeks Saham Syariah Indonesia merupakan cerminan dari pergerakan saham-saham yang masuk dalam Daftar Efek Syariah (DES) yang dikeluarkan oleh BAPEPAM dan LK. Berdasarkan Peraturan BAPEPAM dan LK Nomor II.K.I mengenai Kriteria

dan Penerbitan Daftar Efek Syariah, adapun kriteria-kriteria efek yang dapat dimuat dalam Daftar Efek Syariah diantaranya:

1. Surat berharga syariah yang diterbitkan oleh negara Republik Indonesia.
2. Efek yang diterbitkan oleh emiten atau perusahaan publik yang menyatakan bahwa kegiatan usaha serta cara pengelolaan usahanya dilakukan berdasarkan prinsip syariah sebagaimana tertuang dalam anggaran dasar.
3. Sukuk yang diterbitkan oleh emiten termasuk obligasi syariah yang telah diterbitkan sebelum ditetapkannya peraturan ini.
4. Saham reksa dana syariah
5. Unit penyertaan kontrak investasi kolektif reksa dana syariah.
6. Efek beragun aset syariah.
7. Efek berupa saham, termasuk Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) syariah dan waran syariah, yang diterbitkan oleh emiten atau perusahaan publik yang tidak menyatakan bahwa kegiatan usaha serta cara pengelolaan usahanya dilakukannya berdasarkan prinsip syariah, sepanjang emiten atau perusahaan publik tersebut:
 - a. tidak melakukan kegiatan usaha sebagaimana dimaksud dalam angka 1 huruf b Peraturan BAPEPAM dan LK Nomor IX.A.13.
 - b. memenuhi rasio-rasio keuangan sebagai berikut:
 - 1) total utang yang berbasis bunga dibandingkan dengan total ekuitas tidak lebih dari 82% (delapan puluh dua persen)

- 2) total pendapatan bunga dan pendapatan tidak halal lainnya dibandingkan dengan total pendapatan usaha (revenue) dan pendapatan lain-lain tidak lebih dari 10% (sepuluh persen).
8. Efek syariah yang memenuhi prinsip-prinsip syariah di pasar modal yang diterbitkan oleh lembaga internasional dimana pemerintah Indonesia menjadi salah satu anggotanya; dan
9. Efek syariah lainnya.

Hari dasar perhitungan ISSI adalah tanggal 30 Desember 2007 dengan nilai awal indeks sama dengan 100. Metode perhitungannya sama dengan 100. Metode perhitungannya sama dengan perhitungan indeks-indeks BEI lainnya. Komponen penghitungan ISSI adalah semua saham yang masuk dalam Daftar Efek Syariah yang akan dievaluasi enam bulan sekali yaitu setiap bulan Mei dan November, atau setiap ada pengumuman Daftar Efek Syariah baru dari BAPEPAM dan LK.

2.2.4. *Islamic Social Reporting*

Sejalan dengan makin meningkatnya pelaksanaan *Corporate Social Reporting* (CSR) dalam dunia bisnis, maka makin meningkat pula keinginan untuk membuat pelaporan sosial atau yang sering disebut dengan *social reporting*. Banyak pendapat yang menjelaskan mengenai pengungkapan *social reporting*. *Social Reporting* merupakan perluasan dari sistem pelaporan keuangan yang merefleksikan perkiraan yang baru dan yang lebih luas dari masyarakat sehubungan dengan peran komunitas bisnis dalam perekonomian (Hannifa, 2002).

Sedangkan menurut Gray *et al.* (1987) dalam Tsang (1998) *social reporting* adalah proses untuk mengkomunikasikan efek sosial lingkungan akibat dari tindakan ekonomi yang dilakukan oleh suatu perusahaan kepada masyarakat. Peraturan *social reporting* dapat diterima oleh beberapa kelompok namun tidak dapat diterima oleh kelompok yang lainnya, hal tersebut dikarenakan kode etik dalam *social reporting* bersifat relatif (Lewis dan Unerman, 1999). Tidak ada cara yang paling tepat untuk menentukan kode etik yang mana yang paling tepat. Selain itu, Gray *et al.* (1987) dalam Maali (2006) mengatakan bahwa mengidentifikasi tanggung jawab sebuah organisasi merupakan suatu masalah karena tanggung jawab terus berubah-ubah setiap waktu.

Berbeda dengan Islam, Islam telah menjelaskan cukup jelas mengenai hak dan kewajiban bagi individu maupun bagi organisasi berdasarkan Al-Quran dan Hadist. Hal tersebut dikarenakan Islam adalah agama yang secara lengkap mengatur seluruh aspek kehidupan manusia di muka bumi. Siwar dan Hossain (2009) menyatakan bahwa landasan dasar dari agama Islam adalah *aqidah (belief and faith)*, *ibadah (worship)*, dan *akhlaq (morality and ethics)*. Selain itu, ada prinsip lain yang sangat mendasar bagi setiap Muslim yakni tauhid (mengesakan Allah Subhanallahu wa Ta'ala) dalam beribadah dan tidak menyekutukan-Nya yang sesuai dengan firman Allah Subhanallahu wa Ta'ala dalam AL-Quran surat Ali Imran ayat 64 mengenai orang yang berhak menyandang gelar Muslim:

“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-keuntungan yang telah Allah SWT janjikan kepada mereka, antara lain: 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).

Dengan segala keuntungan yang Allah SWT janjikan, 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-Quran 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 seluruh ciptaan Allah SWT merupakan wujud konsep akuntabilitas dalam ekonomi Islam. Akuntabilitas tersebut dimaksudkan untuk menghasilkan pengungkapan yang benar, adil, dan transparan. Akuntabilitas tidak hanya ditujukan kepada para pemangku kepentingan, tetapi juga kepada Alla 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 satu bentuk akuntabilitas dalam perspektif ekonomi Islam adalah pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan yang sesuai dengan prinsip syariah. Dalam ekonomi konvensional, pelaporan tanggung jawab sosial dikenal dengan perpanjangan dari sistem pelaporan keuangan yang merefleksikan ekspektasi sosial yang lebih luas sehubungan dengan peran masyarakat dalam ekonomi atau kegiatan bisnis perusahaan.

2.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Islamic Social Reporting* (ISR)

2.3.1 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). Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan (Hasibuan, 2001). 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. Selain itu,

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). Cowen *et al.* (1987) dalam Sembiring (2003) menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dalam laporan tahunan, yang merupakan media untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial keuangan perusahaan. Ayu (2010) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak hanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat pengungkapan sukarela, melainkan juga terhadap tingkat pengungkapan wajib.

Adanya dugaan bahwa perusahaan yang kecil akan mengungkapkan lebih rendah kualitasnya dibandingkan dengan perusahaan besar, menurut Buzby (dalam Hasibuan, 2001). Hal ini karena perusahaan ketiadaan 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.

Penelitian Cooke (1992), Owusu-Ansah (1998), Ho dan Wong (2001), Haniffa dan Cooke (2005) telah membuktikan bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan menggunakan *proxy* total aset memiliki pengaruh positif signifikan

terhadap tingkat pengungkapan wajib ataupun sukarela. Namun, ada pula penelitian yang mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap tingkat pengungkapan wajib dan sukarela. Penelitian tersebut dihasilkan oleh Akhtarudin (2005) dan Dahawy (2009). Hal itu dikarenakan perusahaan yang lebih besar adalah perusahaan yang memiliki sumber daya lebih banyak daripada perusahaan yang lebih kecil dan perusahaan yang lebih besar memiliki pembiayaan, fasilitas, dan sumber daya manusia yang lebih banyak untuk dapat melakukan pengungkapan yang lebih sesuai dengan prinsip Islam (Othman *et al.*, 2009).

2.3.2 Profitabilitas

Pengungkapan mengenai pertanggungjawaban sosial perusahaan mencerminkan suatu pendekatan perusahaan dalam melakukan adaptasi dengan lingkungan yang dinamis dan bersifat multidimensi. 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 (Bowman dan Haire, 1976 dalam Sembiring, 2003).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan cerminan suatu pendekatan manajemen dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan *multidimensional* serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, ketrampilan manajemen perlu

dipertimbangkan untuk *survive* dalam lingkungan perusahaan masa kini (Cowen *et al.* 1987 dalam Hasibuan, 2001). Heinze (1976) dalam Gray *et al.* (1995) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.

Dari perspektif Islam, perusahaan harus bersedia untuk memberikan pengungkapan penuh tanpa melihat apakah perusahaan memberikan keuntungan atau tidak (Haniffa, 2002). Namun, Janggu (2004) berpendapat bahwa perusahaan dengan profitabilitas yang lebih tinggi kemungkinan akan mengungkapkan informasi yang lebih dibandingkan perusahaan dengan profitabilitas yang kurang.

2.3.3 Tipe Industri

Profil perusahaan telah diidentifikasi sebagai faktor potensial yang mempengaruhi praktek pengungkapan sosial perusahaan. Berikut beberapa penelitian yang telah membuktikan secara empiris bahwa tipe industri merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat pengungkapan perusahaan kepada masyarakat. Cooke (dalam Gunawan, 2002) menyatakan bahwa luas pengungkapan dalam laporan tahunan mungkin tidak sama untuk semua sektor ekonomi. Menurut Verreccia (dalam Surtanto, 2000) biaya *proprietary* (politik dan *competitive disadvantage*) berbeda antar industri. Disamping itu, menurut Meek, Robert dan Gray (dalam Surtanto, 2000) relevansi item pengungkapan tertentu berbeda-beda antar industri. Dalam penelitian Surtanto (2000) menggunakan

variabel industri yang dikelompokkan ke dalam perusahaan bank dan non bank, tetapi hasilnya tidak signifikan.

Dalam penelitian Rahayu (2006) variabel industri yang dikelompokkan dalam industri jasa dan non jasa (riil). Perusahaan jasa mempunyai karakteristik yang unik. Karakteristik ini menjadikan industri jasa mempunyai kompleksitas yang berbeda dengan industri pada umumnya. Secara otomatis, luas pengungkapan informasi yang disajikan pun berbeda dengan informasi pada perusahaan non jasa. Karena bergerak dalam bidang jasa, maka manajemen akan mengungkapkan lebih banyak informasi dalam laporan yang dipublikasikan, tetapi dalam penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2006) hasilnya tidak signifikan. Gunawan (2002) mengatakan bahwa perusahaan jasa mempunyai kualitas pengungkapan sukarela yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan non jasa.

Dalam penelitian lainnya, para peneliti mengelompokkan perusahaan-perusahaan ke dalam jenis industri tertentu. Pengelompokkan jenis industri dilakukan sesuai dengan tujuan masing-masing penelitian. Ho dan Wong (2001) mengelompokkan menjadi industri konglomerasi, perbankan dan keuangan, manufaktur, dan lain-lain, Akhtaruddin (2005) mengelompokkan menjadi perusahaan tradisional dan modern, Haniffa dan Cooke (2005) mengelompokkan menjadi sektor perbankan, asuransi industrial, dan jasa.

Penelitian ini mengelompokkan tipe industri menjadi perusahaan yang masuk ke dalam industri manufaktur dan non-manufaktur yang serupa dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Cook (1989), Cooke (1992), Hossain *et al.*

(2006), dan Omar dan Simon (2011) yang membuktikan bahwa perusahaan pada industri manufaktur melakukan pengungkapan yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan pada industri non manufaktur.

2.3.4 Surat Berharga Syariah

Berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal (UUPM), Efek atau disebut juga dengan surat berharga, yaitu surat pengakuan utang, surat berharga komersial, saham, obligasi, tanda bukti utang, Unit penyertaan kontrak investasi kolektif, kontrak berjangka atas efek, dan setiap derivatif dari efek. Berdasarkan definisi tersebut, maka produk syariah yang berupa efek harus tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Oleh karena itu efek tersebut dikatakan sebagai Efek Syariah. Dalam Peraturan BAPEPAM dan LK Nomor IX.A.13 tentang Penerbitan Efek Syariah disebutkan bahwa Efek Syariah adalah efek sebagaimana dimaksud dalam UUPM dan peraturan pelaksanaannya akad, cara, dan kegiatan usaha yang menjadi landasan pelaksanaannya tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. Sampai saat ini, efek syariah yang telah diterbitkan di pasar modal Indonesia meliputi Saham Syariah, Sukuk,, dan Penyertaan dari Reksa Dana Syariah.

2.4. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menganalisis pengaruh jenis industri terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial (*Corporate Social Reporting-CSR*), pengaruh kinerja keuangan dan berbagai karakteristik perusahaan yang akan

berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Semua penelitian ini berhubungan dengan CSR. Dalam beberapa dekade ini, memang isu CSR memang sangat berkembang. Perkembangan isu tersebut tidak hanya berdampak positif terhadap sistem ekonomi konvensional, tapi juga bagi sistem ekonomi Islam. Hal itu ditandai dengan berkembangnya penelitian yang menganalisis tentang pengungkapan CSR dari perspektif Islam yang dikenal dengan *Islamic Social Reporting* (ISR). Namun, kebanyakan penelitian mengenai ISR masih sangat terbatas karena banyak dilakukan di negara Malaysia dengan perusahaan-perusahaan Malaysia sebagai objek penelitiannya. Sehingga, ada beberapa aspek spesifik yang melekat pada kondisi Malaysia yang sulit diterapkan di negara lain.

Pada penelitian ini ingin mengetahui bagaimana pengaruh beberapa faktor terhadap tingkat ISR perusahaan yang masuk pada Indeks Saham Syariah Indonesia tahun 2011. Pembahasan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua bagian, yaitu analisis mengenai hasil metode *content analysis* indeks ISR dan analisis mengenai pengaruh beberapa faktor terhadap tingkat ISR.

Tabel 2.1 menunjukkan beberapa penelitian terdahulu mengenai pembahasan hasil metode *content analysis* indeks ISR diantaranya penelitian yang pernah dilakukan oleh Maali *et al.* (2006) terhadap bank syariah di enam negara, Othman dan Thani (2010) terhadap perusahaan-perusahaan di Bursa Malaysia, Fitria dan Hartanti (2010) terhadap bank syariah di Indonesia, dan Raditya (2012) terhadap perusahaan-perusahaan yang terdapat pada DES tahun 2009-2010.

Tabel 2.1

Daftar Penelitian-Penelitian Terdahulu

| No. | Nama Peneliti | Variabel | Hasil Penelitian |
|-----|---|--|--|
| 1. | Bassam Maaali, Peter Caason dan Christopher Napier (2006) | Sampel: bank-bank syariah di enam negara Social Reporting Disclosure Index sebagai literatur dalam <i>content analysis</i> | Isu-isu sosial yang berkembang tidak mempengaruhi pengungkapan pelaporan bank syariah. Bank yang mengalokasikan dananya untuk zakat memiliki tingkat pengungkapan sosial yang lebih besar dibandingkan mereka yang tidak mengalokasikan. |
| 2. | Rohana Othman, Azlan Md Thani dan Erlane .K. Ghani (2009) | Independen: <i>Size, Profitabilitas, Komposisi Dewan dan Tipe Industri</i> Dependen ; <i>Islamic Social Reporting (ISR)</i> | Tipe industri tidak berpengaruh terhadap tingkat ISR. |
| 3. | Soraya Fitria dan Dwi Hartanti (2010) | Sampel: bank syariah dan bank konvensional Dependen: Indeks ISR dan | Bank konvensional memiliki pengungkapan yang lebih baik dibandingkan bank syariah, pengungkapan berdasarkan indeks GRI berskor yang lebih baik dibandingkan indeks ISR, dan Perkembangan indeks ISR |

| | | | |
|----|-----------------------------|--|--|
| | | Indeks GRI | di Indonesia masih lambat dibandingkan dengan perkembangan indeks ISR di negara-negara Islam lain. |
| 4. | Amalia Nurul Raditya (2012) | Independen: Penerbitan sukuk, ukuran perusahaan, profitabilitas, jenis industri, dan umur perusahaan. Dependen: Islamic Social Reporting | Penerbitan sukuk, jenis industri dan umur perusahaan terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan ISR. Sedangkan, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan ISR. |
| 5 | Septi Widiawati (2012) | Independen : Ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industri, dan jenis bank Dependen : <i>Islamic Social Reporting</i> | Ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industri, jenis bank berpengaruh positif signifikan terhadap ISR. |

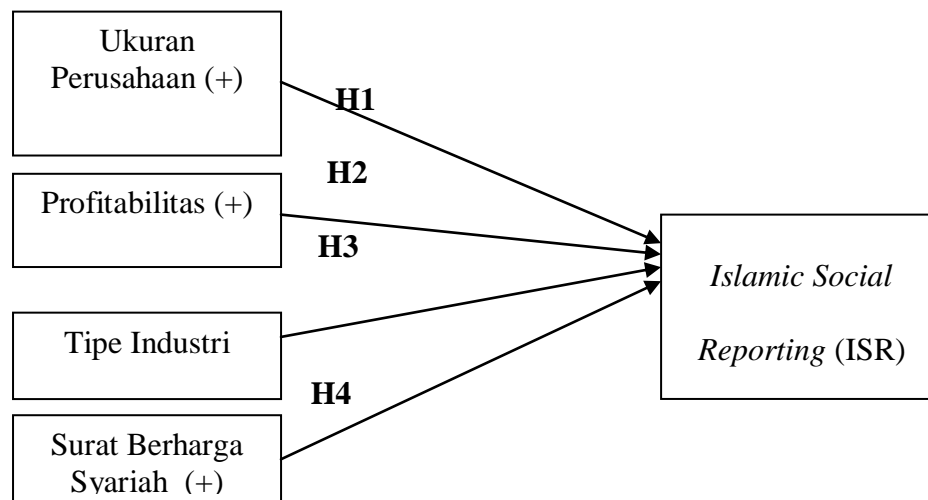
2.5 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.3 mengilustrasikan kerangka yang akan mendukung dalam penelitian ini. Kerangka pemikiran ini akan menjelaskan empat faktor perusahaan yang berpengaruh untuk mengungkapkan *Islamic Social Reporting* (ISR) .

Keempat faktor tersebut antara lain ukuran perusahaan, profitabilitas, jenis industri dan jenis bank yang digunakan perusahaan.

Gambar 2.3

Kerangka Pemikiran



2.6 Hipotesis

Haniffa (2002) mencatat akan pentingnya perusahaan mengungkapkan *Islamic Social Reporting* (ISR) karena dapat menunjukkan akuntabilitas perusahaan kepada masyarakat, melayani mekanisme dalam meningkatkan transparansi segala aktivitas serta menyesuaikannya dengan kebutuhan spiritual para pembuat keputusan muslim. Namun, apa yang sebenarnya mempengaruhi perusahaan untuk mengungkapkan ISR belum ditentukan secara empiris. Meskipun penelitian pada pelaporan sosial perusahaan sudah banyak diteliti, penelitian ini mengabaikan akan pentingnya ISR dan oleh karena itu ISR menjadi variabel dependen.

2.6.1. Hipotesis Ukuran Perusahaan dan *Islamic Social Reporting*

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. Sedangkan, 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*.

Secara lebih spesifik, penelitian yang terkait antara ukuran perusahaan dan ISR pernah dilakukan oleh Othman *et al.* (2009) dan Raditya (2012). Hasil penelitian keduanya selaras dengan kebanyakan penelitian-penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, yakni ukuran perusahaan secara positif signifikan mempengaruhi tingkat ISR. Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Othman *et al.* (2009), penelitian ini menduga bahwa perusahaan yang lebih besar akan cenderung melakukan pengungkapan ISR secara lebih luas. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholders*. 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). Dengan demikian penelitian ini merumuskan ke dalam hipotesis:

H₁ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat *Islamic Social Reporting* (ISR)

2.6.2. Hipotesis Profitabilitas dan *Islamic Social Reporting*

Perusahaan yang berada pada posisi menguntungkan akan cenderung melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas dalam laporan tahunannya. 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. Profitabilitas dapat diukur dengan beberapa cara, antara lain ROA, ROE, ROCE, laba per saham, deviden dalam suatu periode, margin keuntungan, tingkat penegmbalian, dan lain-lain. Penelitian sebelumnya Othman *et al.* (2009) dan Raditya (2012) membuktikan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap tingkat pengungkapan ISR. Oleh karena itu, penelitian ini menduga bahwa perusahaan dengan profitabilitas yang lebih tinggi akan melakukan ISR secara lebih luas. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholders*, teori ini menyatakan perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholdersnya*. 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 *stakeholdersnya*(Gray, Kouhy dan Adams, 1994 dalam

Chariri, 2008, hal. 159). Oleh karena itu, suatu perusahaan yang memiliki profit lebih besar harus lebih aktif melaksanakan CSR (Amran dan Devi, 2008). Dengan demikian penelitian ini merumuskan ke dalam hipotesis :

H₂ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap tingkat *Islamic Social Reporting* (ISR)

2.6.3. Hipotesis Tipe industri dan *Islamic Social Reporting*

Dalam penelitian ini, tipe industri dikelompokkan menjadi perusahaan yang masuk ke dalam industri manufaktur dan non manufaktur. Menurut Suwaidan (1997) dalam Omar dan Simon (2011), perusahaan manufaktur menghasilkan polusi yang lebih banyak daripada perusahaan non manufaktur sehingga informasi tambahan harus diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur.

Penelitian yang berkaitan dengan ISR telah dilakukan oleh Othman *et al.* (2009) dan Raditya (2012), mereka mengungkapkan bahwa tipe industri tidak memiliki pengaruh terhadap tingkat ISR. Berdasarkan analisis di atas, penelitian ini memprediksi bahwa terdapat pengaruh signifikan antara tipe industri terhadap tingkat *Islamic Social Reporting* (ISR) dengan perusahaan manufaktur memberikan pengungkapan yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan non-manufaktur. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi. Teori ini secara eksplisit mengakui bahwa bisnis dibatasi kontrak sosial yang menyebutkan bahwa perusahaan sepakat untuk menunjukkan berbagai aktivitas sosial perusahaan agar perusahaan memperoleh penerimaan masyarakat akan tujuan perusahaan yang

pada akhirnya menjamin kelangsungan hidup perusahaan (Brown and Deegan, 1998; Guthrine and Parker, 1989; Deegan, 2002). Dengan demikian penelitian ini merumuskan ke dalam hipotesis:

H₃ : Tipe industri berpengaruh terhadap tingkat *Islamic Social Reporting* (ISR)

2.6.4. Hipotesis Surat Berharga Syariah dan *Islamic Social Reporting*

Penelitian mengenai pengaruh penerbitan sekuritas terhadap pengungkapan perusahaan pernah dilakukan oleh Marwata (2001), Noegraheni (2005), dan Hossain *et al.* (2006). Ketiga hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa penerbitan sekuritas mempunyai pengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan sukarela. Jenis sekuritas yang digunakan dalam penelitian ini adalah surat berharga syariah yang meliputi saham syariah, reksadana, dan sukuk.

Berdasarkan Peraturan BAPEPAM-LK Nomor IX.A.13 tentang Penerbitan Efek Syariah, sukuk adalah efek syariah berupa sertifikat atau bukti kepemilikan yang bernilai sama dan mewakili bagian penyertaan yang tidak terpisahkan atau tidak terbagi atas kepemilikan aset berwujud tertentu, nilai manfaat dan jasa atas aset proyek tertentu atau aktivitas investasi tertentu atau kepemilikan atas aset proyek tertentu atau aktivitas investasi tertentu. Saham syariah adalah surat berharga bukti penyertaan modal kepada perusahaan dan dengan bukti penyertaan tersebut pemegang saham berhak untuk mendapatkan bagian hasil dari usaha perusahaan tertentu, yang mana usaha tersebut tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Sedangkan reksadana adalah salah satu

alternatif investasi bagi masyarakat pemodal, khususnya pemodal kecil dan pemodal yang tidak memiliki banyak waktu dan keahlian untuk menghitung risiko atas investasi mereka.

Penelitian mengenai pengaruh penerbitan surat berharga terhadap tingkat pengungkapan ISR masih sangat terbatas. Dalam penelitian ini, variabel surat berharga syariah mengadopsi Hossain *et al.* (2006) yang mengidentifikasi sukuk dilihat dari keberadaannya pada laporan perusahaan di tahun penelitian. Menurut Hossain *et al.* (2006) informasi yang luas seharusnya diungkapkan bukan hanya saat sekuritas hendak diterbitkan, melainkan juga selama sekuritas tersebut masih menjadi salah satu sumber pendanaan bagi perusahaan. Sepanjang sekuritas tersebut masih menjadi salah satu sumber pendanaan bagi perusahaan, tambahan informasi dibutuhkan untuk menghilangkan keraguan pemegang sekuritas tersebut terhadap terpenuhinya hak-hak mereka (Schipper, 1981). Selain itu, tambahan informasi juga dibutuhkan sebagai salah satu bentuk monitoring pemegang sekuritas atas penggunaan dana. Seorang investor Muslim pasti ingin mengetahui apakah dana yang mereka investasikan benar-benar digunakan untuk kegiatan yang tidak bertentangan syariah islam. Secara spesifik, perusahaan yang terdapat surat berharga syariah dalam laporan tahunannya diperkirakan akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah lebih luas. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholders*. Teori ini menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun juga harus memberi manfaat bagi para *stakeholders*nya. Sehingga setiap aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan *stakeholders* (Gray, Kouhy dan Adams, 1994

dalam Chariri, 2008, hal. 159). Dengan demikian, penelitian ini menduga bahwa terdapat perbedaan pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah di antara perusahaan yang menerbitkan surat berharga dan perusahaan yang tidak menerbitkan surat berharga. Dengan demikian penelitian ini merumuskan ke dalam hipotesis:

H₄ : Surat Berharga Syariah berpengaruh positif terhadap tingkat *Islamic Social Reporting (ISR)*

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini melibatkan empat variabel bebas (independen), satu variabel terikat (dependen). Variabel bebas dalam penelitian ini meliputi Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Tipe Industri dan Jenis Bank.

3.1.1 Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dihitung dengan beberapa metode. Penelitian ini menggunakan *proxy* total aset 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 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.

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.

3. Tipe Industri

Tipe Industri adalah pengklasifikasian perusahaan menurut jenis usaha yang dijalankan. Tabel 3.1 merupakan klasifikasi tipe industri berdasarkan Bursa Efek Indonesia (BEI). Tipe industri dalam penelitian ini merujuk pada pengklasifikasian industri menurut Bursa Efek Indonesia meskipun tidak menggunakan sektor keuangan sebagai sampel perusahaan dalam penelitian ini

Tabel 3.1
Klasifikasi Tipe Industri Berdasarkan BEI

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

Variabel tipe industri merupakan variabel *dummy* yang dikelompokkan ke dalam industri manufaktur dan non-manufaktur, dengan nilai 1 untuk perusahaan manufaktur dan nilai 0 untuk perusahaan non-manufaktur. Variabel ini diberi simbol IND.

4. Surat Berharga Syariah

Surat Berharga Syariah adalah sekuritas di pasar modal yang diterbitkan oleh perusahaan yang digunakan sebagai sumber pendanaan. Penelitian ini mengidentifikasi adanya surat berharga syariah menggunakan skala interval

dengan nilai 1 untuk adanya kepemilikan satu jenis surat berharga syariah, nilai 2 untuk adanya kepemilikan dua jenis surat berharga syariah, serta nilai 3 digunakan untuk adanya kepemilikan tiga jenis surat berharga syariah. Variabel independen ini diberi simbol SBS.

3.1.2 Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Islamic Social Reporting* (ISR).

***Islamic Social Reporting* (ISR)**

Islamic Social Reporting adalah pengungkapan tanggung jawab sosial secara islami perusahaan yang bersifat sukarela (*voluntary disclosure*). *Islamic Social Reporting* merupakan variabel dependen yang diukur dengan indeks 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 dua pertimbangan penggunaan teknik tanpa pembobotan dalam *scoring* indeks pengungkapan sukarela. Pertama, laporan tahunan disampaikan untuk tujuan umum sehingga informasi yang diberikan tidak dapat dilihat dari sudut kepentingan tertentu. Suatu informasi tertentu tidak dapat dianggap lebih penting daripada informasi lain karena kadar

kepentingan tiap-tiap pihak berbeda. Suatu informasi yang dianggap penting oleh satu pihak mungkin saja dianggap kurang penting bagi pihak lain ataupun sebaliknya. Kedua pembobotan dapat mengandung subjektivitas 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 dari 43 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. Nilai 1 akan diberikan apabila item pada ISR terdapat dalam data perusahaan dan nilai 0 akan diberikan apabila sebaliknya. Nilai-nilai tersebut kemudian dijumlahkan baik menurut masing-masing tema maupun secara keseluruhan. Sehingga nilai terbesar adalah 43 dan nilai terkecil adalah 0 untuk setiap perusahaan dalam setiap tahun. Variabel dependen ini diberi simbol ISR. Pengklasifikasian indeks ISR yang digunakan dalam penelitian ini disajikan pada lampiran 1. Berikut rumus untuk menghitung besarnya *disclosure level* setelah *scoring* pada indeks ISR selesai dilakukan.

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

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang masuk pada Indeks Saham Syariah Indonesia tahun 2011 sebanyak 214 perusahaan. Tahap

selanjutnya adalah pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria sampel, antara lain: (1). Perusahaan yang menggunakan mata uang Rupiah, dan (2). Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan berturut-turut dari tahun 2011-2012.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dokumenter, yaitu laporan tahunan (*annual report*) pada tahun 2011 dan 2012 dari perusahaan yang masuk pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). Penggunaan data sekunder pada penelitian ini didasarkan pada alasan :

1. Data mudah diperoleh, hemat waktu dan biaya.
2. Data laporan tahunan telah digunakan dalam berbagai penelitian, baik penelitian di dalam negeri maupun luar negeri.
3. Data laporan tahunan yang terdapat di BEI memiliki reliabilitas yang dapat dipertanggung jawabkan keabsahannya karena telah diaudit oleh auditor independen.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi dokumentasi, dengan menggunakan nama-nama perusahaan yang masuk pada Indeks Saham Syariah Indonesia pada tahun 2011. Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) diperoleh dari situs Bapepam-LK (www.bapepam.go.id). Tahap selanjutnya, pengambilan data perusahaan berupa *annual report* pada situs

BEI (www.idx.go.id). Data-data perusahaan tersebut selanjutnya digunakan untuk mengisi indeks *Islamic Social Reporting*.

3.5 Metode Analisis

3.5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan variabel-variabel yang ada di dalam penelitian ini. Pengukuran yang digunakan mencakup nilai rata-rata (*mean*), minimum, dan maksimum yang disajikan dalam tabel numerik yang dihasilkan dari pengolahan data dengan menggunakan program SPSS versi 16. Pada statistik deskriptif ini juga digunakan analisis tabulasi silang (*crosstab*) guna mengidentifikasi dan mengetahui hubungan korelasi antara dua variabel data berskala nominal dan kategori yang disajikan dalam bentuk baris dan kolom.

3.5.2 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pada proses uji normalitas dilakukan dengan uji statistik dan analisis grafik, yaitu Uji Kolmogorov-Smirnov dan grafik histogram.

1. Uji Kolmogorov-Smirnov

Uji Kolmogorov-Smirnov merupakan pengujian normalitas dengan membandingkan distribusi data (yang akan diuji normalitasnya) dengan distribusi normal baku. Distribusi normal baku adalah data yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk Z-Score dan diasumsikan normal. Apabila

nilai signifikansi di atas 0,05 menunjukkan bahwa tidak terdapat adanya perbedaan yang signifikan dan jika nilai signifikansi di bawah 0,05 maka terdapat adanya perbedaan yang signifikan atau hasil tidak normal sehingga perlu dilakukan uji grafik histogram untuk mengetahui kemencengan grafik (ke kanan atau kiri).

2. Grafik Histogram

Grafik histogram membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Adanya uji ini dapat diketahui apakah data berdistribusi secara normal atau tidak berdasarkan kemencengan grafik, baik ke kiri ataupun ke kanan. Selain itu, grafik histogram dapat digunakan untuk menentukan bentuk transformasi data yang akan digunakan untuk menormalkan data yang tidak berdistribusi secara normal.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji hipotesis penelitian ini dengan menggunakan regresi linier berganda. Sebagai prasyarat regresi linier berganda dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa data penelitian valid, tidak bias, konsisten, dan penaksiran koefisien regresinya bersifat efisien (Ghozali, 2009). Pengujian asumsi klasik meliputi uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi.

1. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas terjadi jika ada hubungan linier yang sempurna atau hampir sempurna antara beberapa atau semua variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi

ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (Ghozali, 2005). Untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilakukan dengan menganalisis korelasi antar variabel dan perhitungan nilai *tolerance* serta *variance inflation factor* (VIF). Multikolinearitas terjadi apabila nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95%. Dan nilai VIF lebih besar dari 10, jika VIF kurang dari 10 maka dapat dikatakan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model adalah objektif dan dapat dipercaya.

2. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya), uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin Watson (DW test). Metode ini digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*). Adapun dalam pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi:

| Hipotesis nol | Keputusan | Jika |
|--|---------------------|-----------------------------|
| Tidak ada autokorelasi positif | Tolak | $0 < d < dl$ |
| Tidak ada autokorelasi positif | <i>No desicison</i> | $dl \leq d \leq du$ |
| Tidak ada korelasi negatif | Tolak | $4 - dl < d < 4$ |
| Tidak ada korelasi negatif | No desicison | $4 - du \leq d \leq 4 - dl$ |
| Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif | Tidak ditolak | $du < d < 4 - du$ |

Sumber : Ghozali (2005)

3. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah terjadinya varians yang tidak sama untuk variabel independen yang berbeda. Heterokedastisitas dapat terdeteksi dengan melihat plot antara nilai taksiran dengan residual dan dengan melakukan uji statistik yaitu Uji Glejser. Untuk mendeteksi adanya heterokedastisitas pada grafik *scatterplot*, dapat dilakukan dengan :

1. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk satu pola yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka akan terjadi masalah heterokedastisitas.
2. Jika tidak ada pola jelas seperti titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu-sumbu, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Untuk lebih menjamin keakuratan hasil maka dilakukan uji statistik dengan menggunakan uji Glejser. Uji Glejser mengemukakan untuk meregresikan nilai logaritma kuadrat residual ($\ln U^2_i$) sebagai variabel dependen terhadap variabel independen. Jika dari hasil uji Glejser didapat bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai logaritma kuadrat residual ($\ln U^2_i$) dan probabilitas signifikansinya di atas kepercayaan 5% maka dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi tidak mengandung gejala Heterokedastisitas.

3.6 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda (*Multiple Linear Regression*) dengan alasan bahwa variabel

independennya lebih dari satu. Analisis ini digunakan untuk menentukan hubungan antara ISR dengan variabel-variabel independennya. Penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$ISR = \alpha + \beta_1 SIZE + \beta_2 PROFIT + \beta_3 IND + \beta_4 SBS + \varepsilon$$

Keterangan:

| | |
|---------------|---|
| ISR | : Tingkat <i>Islamic Social Reporting</i> |
| α | : Regresi yang diterima |
| β_i | : Parameter yang diestimasi |
| SIZE | : Ukuran Perusahaan, Total Aset (Ln) |
| PROFIT | : Profitabilitas, ROE |
| IND | : Tipe industri, kategori 8 tipe industri |
| SBS | : Surat Berharga Syariah |
| ε | : <i>Error term</i> |
| I | : 1, ..., 4. ... (4.1) |

Kemudian untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel independen dengan tingkat ISR maka dilakukan pengujian-pengujian hipotesis penelitian terhadap variabel-variabel dengan pengujian di bawah ini.

3.6.1 Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi (*goodness of fit*) yang dinotasikan dengan R^2 merupakan ikhtisar yang menyatakan bahwa seberapa baik garis regresi sampel mencocokkan data. Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur proporsi variasi dalam variabel tidak bebas yang dijelaskan oleh regresi. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1, bila $R^2 = 0$ berarti tidak ada hubungan yang sempurna.

Sedangkan apabila nilai $R^2 = 1$ maka ada hubungan antara variasi Y dan X atau variasi dari Y dapat diterangkan oleh X secara keseluruhan.

3.6.2 Uji F (Uji Simultan)

Menurut Ghozali (2005) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi tidak signifikan). Hal ini berarti bahwa secara simultan keempat variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi signifikan). Hal ini berarti secara simultan keempat variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.6.3 Uji-t (Uji Signifikan Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui kemampuan masing-masing variabel independen secara individu (*partial*) dalam menjelaskan perilaku variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,01 ($\alpha = 1\%$). Penolakan dan penerimaan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi kurang atau sama dengan 1% atau 5% maka hipotesis diterima yang berarti secara parsial variabel ukuran perusahaan, profitabilitas,

tipe industri, dan surat berharga syariah berpengaruh terhadap tingkat ISR pada laporan tahunan.

2. Jika nilai signifikansi lebih dari 1% atau 5% maka hipotesis ditolak yang berarti secara parsial variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industri, dan surat berharga syariah tidak berpengaruh terhadap tingkat ISR pada laporan tahunan.