

**Seminar Nasional dan Call For Paper
Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0**

**ANALISIS DETERMINAN PENGUNGKAPAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING* (ISR)
(Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar di BEI yang Tergabung
pada JII Periode 2014-2018)**

Reni Agtriyanti¹, Erma Setiawati²

¹*Fakultas EkonomidanBisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta
email: reni.agtriyanti@gmail.com*

²*Fakultas EkonomidanBisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta
email: erma.setyowati@ums.ac.id*

Abstract

The Islamic Social Responsibility Index (ISR) is a measure of the implementation of social responsibility that contains a compilation of CSR standard items, but the social disclosure index for Islamic entities (ISR) reveals matters relating to Islamic principles. In ISR disclosure must have a concept of sustainable development with the synergy of three elements (triple-bottom line), such as: profit, people, and planet. The purpose of this research is to analyze determinant that influence the disclosure of Islamic Social Reporting on companies listed on BEI incorporated in the JII 2014-2018. Factors used include company size, profitability, leverage, liquidity, and company age. The study uses secondary data from the annual report of companies listed in the Jakarta Islamic Index (JII). Sampling technique using purposive sampling method and acquired 65 companies to be samples. Data analysis technique that used is multiple linear regression analysis. The result showed that the company size, profitability, and leverage affect the disclosure of ISR, whereas liquidity and company age did not effect the disclosure of ISR.

Keywords: Islamic Social Reporting, Financial Ratios, Company Size, Company Age

Pendahuluan

Dewasa ini, isu mengenai praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih sering kita kenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan inti dari etika bisnis perusahaan. Novrizal & Fitri (2016) mengungkapkan bahwa tujuan utama CSR adalah menjadikan perusahaan bukan hanya pada konsep *single – bottom – line* (SBL) dalam suatu catatan keuangan perusahaan, tetapi juga pada konsep *triple – bottom – line* (TBL) yang mencakup aspek keuangan, kehidupan sosial serta lingkungan hidup. Selain itu, kepedulian atas krisis sosial dan lingkungan saat ini telah menjadi isu yang hangat diperbincangkan di tengah revolusi industri dunia yang kian berkembang (Widiastuti, 2014 dalam Anggraini & Wulan, 2019).

Hal ini terlihat dari semakin maraknya unit-unit bisnis yang melaporkan praktik CSR dalam laporan keuangan tahunan, serta perkembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan baik secara kuantitas maupun kualitasnya. Hal ini karena adanya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas bahwa pelaporan tahunan harus memuat beberapa informasi, salah satunya adalah laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Siddi et al., 2017).

Indeks pengungkapan sosial untuk entitas islam (ISR) mengungkapkan hal-hal yang berkaitan dengan prinsip islam seperti transaksi yang sudah terbebas dari unsur riba, spekulasi dan *gharar*, serta mengungkapkan zakat, status kepatuhan syariah serta aspek-aspek sosial

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

seperti *sodaqoh*, *waqof*, *qordul hasan* sampai dengan pengungkapan peribadahan di lingkungan perusahaan (Maulida et al., 2014 dalam Sulistyawati, 2017). *Islamic Social Reporting* (ISR) harus memiliki konsep pembangunan berkelanjutan yang meliputi aspek ekonomi (*profit*), sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*) atau disebut *tripel bottom line* (3p). Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan ISR antara lain ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan umur perusahaan.

Beberapa peneliti telah melakukan penelitian mengenai analisis determinan pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) dengan faktor-faktor yang digunakan yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan umur perusahaan. Penelitian yang telah dilakukan oleh Novrizal dan Fitri (2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR. Sedangkan Sulistyawati dan Yuliani (2017) menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR. Penelitian Affandi dan Nursita (2019) yang menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan ISR. Sedangkan dalam penelitian Siddi et al., (2017) menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR.

Penelitian Anggraini dan Wulan (2015) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan ISR. Lain halnya dengan penelitian Sulistyawati dan Yuliani (2017) yang menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR. Penelitian Widiyanti & Hasanah (2018) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR, sedangkan penelitian Lestari (2016) yang menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR. Penelitian dari Widiyanti dan Hasanah (2017) yang menghasilkan umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan ISR. Lain halnya dengan penelitian Khotijah et al., (2019) menunjukkan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR.

Berdasarkan ketidakkonsistenan yang terdapat dalam beberapa penelitian sebelumnya, maka peneliti ingin melakukan penelitian mengenai analisis determinan pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) sehingga dapat digunakan sebagai referensi pada penelitian selanjutnya. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu para investor muslim maupun pihak lain yang terkait untuk mengetahui perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) yang diharapkan dapat menyajikan suatu dimensi religi, termasuk dalam pengungkapan laporan tanggungjawab sosial perusahaannya.

Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat. Legitimasi masyarakat merupakan faktor yang penting bagi perusahaan untuk terus bertahan dan berkembang, sebagai wahana dalam mengkonstruksi strategi perusahaan terutama yang berkaitan dengan usaha untuk memposisikan diri di tengah kondisi lingkungan masyarakat yang semakin berkembang dan maju (Hadi, 2009) dalam (Widiyanti dan Hasanah, 2017). Legitimasi diharapkan dapat mendorong keberlangsungan hidup (*going concern*) perusahaan dengan mendatangkan manfaat maupun sumber daya potensial bagi perusahaan.

Teori stakeholder

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun juga harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* perusahaan tersebut (Purwanto, 2011 dalam Affandi

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

dan Nursita, 2019). Teori stakeholders mencerminkan tindakan dari manajemen perusahaan dalam usaha membuat laporan sesuai dengan keinginan dan power dari kelompok *stakeholders* yang berbeda-beda. Pelaporan *Islamic Social Reporting* diharapkan menjadi sebuah keinginan dari *stakeholders* yang dapat terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholdernya* dimana perusahaan akan secara sukarela mengungkapkan ISR tersebut kepada publik dan publik pada akhirnya akan menaruh kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan untuk mengelola dananya.

Shariah enterprise theory

Shariah enterprise theory menyatakan bentuk pertanggungjawaban utamanya kepada Allah SWT yang dijabarkan lagi pada bentuk pertanggungjawaban pada umat manusia dan lingkungan alam (Hafida, 2012) dalam (Siddi et al., 2017). Hubungan pengungkapan tanggungjawab sosial berbasis syariah yang dilakukan perusahaan merupakan pemenuhan amanah dan kewajiban sebagai makhluk Allah SWT, yang tidak terlepas dari tujuan islam.

Islamic Social Responsibility (ISR) merupakan tolak ukur pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan syariah yang berisi kompilasi item-item standar CSR yang ditetapkan oleh *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions* (AAOIFI). Indeks pengungkapan sosial untuk entitas islam (ISR) mengungkapkan hal-hal yang berkaitan dengan prinsip islam. *Islamic Social Reporting* (ISR) juga merupakan perluasan dari pelaporan sosial yang tidak hanya berupa keinginan besar dari seluruh masyarakat terhadap peranan perusahaan dalam ekonomi melainkan berkaitan dengan perspektif spiritual (Haniffa, 2002 dalam Angraini dan Wulan, 2015). *Islamic Social Reporting* menekankan pada keadilan sosial terkait pelaporan mengenai lingkungan, hak minoritas dan karyawan. Konsep ISR tidak hanya merupakan alat bantu pengambilan keputusan bagi pihak pemangku kepentingan muslim melainkan juga untuk membantu perusahaan dalam melakukan dan memenuhi kewajibannya terhadap Allah Subhanaahu wa Ta'ala dan masyarakat (Haniffa, R, 2001 dalam Harahap et al., 2014).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah karakteristik spesifik perusahaan yang hampir selalu digunakan untuk menguji tingkat pengungkapan sukarela. Selain itu ukuran perusahaan juga merupakan tingkat identifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan semakin besar biasanya akan mengungkapkan ISR lebih luas (Putri et al., 2014 dalam Sulistyawati dan Yuliani, 2017).

H₁: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Profitabilitas

Profitabilitas digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari laba atau keuntungan (*profit*) dan untuk melihat keefektifan manajemen suatu perusahaan dalam mengungkapkan tanggungjawab sosialnya. Perusahaan yang semakin untung akan berusaha menarik perhatian investor dengan cara menunjukkan luasnya informasi yang diungkapkan dalam laporan pertanggungjawaban sosial (Widiyanti dan Hasanah, 2017). Perusahaan dengan keuntungan (*profit*) yang lebih tinggi memiliki kecenderungan melakukan intervensi kebijakan. Sehingga perusahaan tersebut akan terdorong untuk mengungkapkan informasi yang lebih rinci

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

dalam laporan keuangan tahunan mereka dalam rangka menurangi biaya politik dan menunjukkan kinerja keuangan kepada publik.

H₂: Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Leverage

Leverage sendiri merupakan perbandingan antara utang dengan aktiva yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Manajemen dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan sosialnya demi menghindari pemeriksaan kreditur (Swastiningrum, 2013 dalam Sulistyawati dan Yuliani, 2017). Perusahaan dengan proporsi utang yang tinggi dalam struktur modalnya rentan dengan biaya agensi, yaitu biaya pengawasan yang tinggi. Supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial.

H₃: *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Likuiditas

Likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya seperti melunasi hutangnya dalam jangka pendek. Widiyanti dan Hasanah (2017) menyatakan bahwa entitas syariah dengan kondisi keuangan yang kuat seharusnya cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi terkait laporan pertanggungjawaban sosialnya secara syariah untuk menunjukkan kepada pihak eksternal bahwa suatu entitas syariah bersifat kredibel.

H₄: Likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Umur Perusahaan

Umur perusahaan menggambarkan kondisi seberapa lama perusahaan berdiri dan melangsungkan aktivitas bisnisnya supaya tetap eksis dan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Berdasarkan teori *stakeholders*, pengungkapan sosial perusahaan dianggap berperan sebagai media komunikasi antara perusahaan dengan *stakeholders*, sehingga semakin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi maka akan semakin *powerfull stakeholdersnya*. Perusahaan yang semakin lama berdiri diharapkan mengetahui apa yang diinginkan oleh *stakeholdersnya* dan berupaya memenuhi kebutuhan *stakeholders* dengan cara meningkatkan kualitas pengungkapan sosialnya (Widiyanti dan Hasanah, 2017).

H₅: Umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Metode Penelitian

Populasi, Sampel dan Data Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Data yang digunakan adalah data sekunder dengan melihat laporan tahunan perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Daftar Efek Syariah. Data penelitian ini diperoleh dari data laporan tahunan perusahaan 2014-2018 di www.idx.co.id.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel atas dasar kesesuaian karakteristik sampel dengan kriteria

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

pemilihan sampel yang ditentukan. Populasi yang diambil untuk penelitian ini adalah perusahaan yang sahamnya terindeks di *Jakarta Islamic Index* (JII) dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2014-2018.

Tabel I. Proses Seleksi Sampel Penelitian

No.	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan yang tercatat dalam <i>Jakarta Islamic Index</i> (JII) tahun 2014-2018	30
2.	Perusahaan yang pernah <i>delisting</i> dari <i>Jakarta Islamic Index</i> (JII) tahun 2014-2018	(15)
3.	Data-data tentang variabel penelitian yang diperlukan tersedia tidak lengkap dalam laporan tahunan (<i>annual report</i>) yang diterbitkan	(0)
4.	Perusahaan yang tidak menggunakan mata uang rupiah dalam pelaporan	(2)
Jumlah sampel yang memenuhi kriteria		13
Total sampel penelitian (13 x 5)		65

Sumber: data diolah, 2019.

Variabel dan Pengukuran Variabel

Islamic Social Reporting

Islamic Social Reporting merupakan variabel dependen yang diukur dengan indeks ISR dari laporan tahunan masing-masing perusahaan. Indeks ISR dalam penelitian ini terdiri dari 43 item pengungkapan menurut Othman et al., (2009). Masing-masing item memiliki nilai 1 apabila item pada indeks ISR terdapat dalam data perusahaan, dan nilai 0 diberikan apabila sebaliknya. Berikut untuk menghitung *disclosure level* setelah *scoring* (pemberian nilai) pada indeks ISR selesai dilakukan.

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

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan tingkat identifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan. Dalam penelitian ini *size* perusahaan diprosikan dengan total aset yang dibentuk menjadi logaritma natural (ln).

$$\text{SIZE} = \text{LN} (\text{TOTAL ASET})$$

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba atau keuntungan (profit) dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Dalam penelitian ini profitabilitas diprosikan dengan *return on assets* (ROA).

$$\text{Return on Assets (ROA)} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aset}}$$

Leverage

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

Leverage merupakan perbandingan antara utang dengan aktiva yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya. *Leverage* perusahaan pada penelitian ini, diukur dengan nilai *Debt to Equity Ratio* (DER).

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Shareholders Equity}}$$

Likuiditas

Likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya seperti melunasi hutangnya dalam jangka pendek. Dalam penelitian ini nilai likuiditas diukur dengan menggunakan *Current Ratio* (CR).

$$\text{Current Ratio (CR)} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

Umur Perusahaan

Umur perusahaan menggambarkan kondisi seberapa lama perusahaan berdiri dan melangsungkan aktivitas bisnisnya supaya tetap eksis dan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Pada penelitian ini, umur perusahaan dihitung dengan cara menghitung umur perusahaan sejak perusahaan tersebut berdiri.

$$\text{Firmage} = \text{Tahun Laporan Keuangan Penelitian} - \text{Tahun Berdirinya Perusahaan}$$

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda (*Multiple Linier Regression Method*) dan menggunakan nilai signifikansi sebesar 5%. Adapun persamaan regresinya sebagai berikut:

$$\text{ISR} = \alpha + \beta_1\text{UK} + \beta_2\text{PR} + \beta_3\text{LV} + \beta_4\text{LK} + \beta_5\text{UP} + \varepsilon$$

Keterangan:

- ISR : *Islamic Social Reporting*
- α : Konstanta
- β_1 - β_5 : Koefisien dari tiap variabel
- UK : Ukuran Perusahaan
- PR : Profitabilitas
- LV : *Leverage*
- LK : Likuiditas
- UP : Umur Perusahaan

Hasil dan Pembahasan

Sebelum dimasukkan dalam model regresi berganda maka harus dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi: **ujinormalitas**, **ujimultikolinearitas**, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Berikut Tabel II yang memberikan gambaran singkat tentang hasil uji asumsi klasik:

**Seminar Nasional dan Call For Paper
Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0**

Tabel II. Hasil Uji Asumsi Klasik

Keterangan	Uji Normalitas		Uji Multikolinearitas		Uji Heterokedastisitas	Uji Autokorelasi
	K-S	Sig.	Tolerance	VIF	Sig.	
<i>Unst.Res</i>	0,586	0,882				
UK			0,831	1,203	0,302	
PR			0,784	1,275	0,315	
LV			0,677	1,478	0,989	
LK			0,692	1,446	0,473	
UP			0,684	1,462	0,832	
<i>Dur. Watson</i>						1,604

Sumber : data diolah, 2019.

Hasil uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogrov-Smirnov Test*, menunjukkan nilai signifikansi 0,882 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa keseluruhan variabel menunjukkan nilai *tolerance* > 0,1 dan *Value Inflation Factor* (VIF) < 10, artinya tidak terjadi multikolinearitas di antara variabel penelitian. Hasil uji heterokedastisitas menggunakan uji *Glejser* menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai signifikansi > 0,05, sehingga tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Hasil uji autokorelasi dengan uji *Durbin-Watson* diperoleh nilai DW 1,604 berada di daerah yang tidak terkena auto korelasi ($-2 < DW < +2$) yaitu $-2 < 1,604 < +2$.

Pada tabel III ditunjukkan hasil pengujian hipotesis dengan analisis regresi berganda:

Tabel III. Hasil Uji Hipotesis

Uji Statistik t	B	t _{hitung}	t _{tabel}	Sig.	Keterangan
(Constant)	12,118				
UK	0,018	3,294	2,0003	0,002	Berpengaruh
PR	0,180	3,773	2,0003	0,000	Berpengaruh
LV	-0,017	-2,089	2,0003	0,041	Berpengaruh
LK	-0,001	-0,286	2,0003	0,776	Tidak Berperngaruh
UP	0,009	0,319	2,0003	0,751	Tidak Berperngaruh
Uji Statistik F					
Nilai F				6,800	
Sig.				0,000	
Uji					
<i>R Square</i>				0,366	

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

<i>Adjusted R Square</i>	0,312
--------------------------	-------

Sumber : data diolah, 2019.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel III, maka dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$ISR = 12,118 + 0,018UK + 0,180PR - 0,017LV - 0,001LK + 0,009UP + e$$

Hasil pengujian untuk ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi $0,002 < 0,05$, sehingga **H₁ diterima** yang artinya ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Novrizal dan Fitri (2016) dan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulistyawati dan Yuliani (2017) mengenai ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). Hal ini membuktikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka tingkat pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan juga akan selalu lebih luas.

Profitabilitas memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga **H₂ diterima** yang artinya profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Affandi dan Nursita (2019) dan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siddi et al., (2017) mengenai profitabilitas tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang semakin untung (*profit*) akan berusaha menarik perhatian investor dengan cara menunjukkan luasnya informasi yang diungkapkan dalam laporan pertanggungjawaban sosial (Widiyanti dan Hasanah, 2017).

Leverage memiliki nilai signifikansi $0,041 < 0,05$, sehingga **H₃ diterima** yang artinya *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini dan Wulan (2015) dan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sulistyawati dan Yuliani (2017) mengenai *leverage* tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). Hal ini membuktikan bahwa manajemen dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan sosialnya demi menghindari pemeriksaan kreditur (Swastiningrum, 2013 dalam Sulistyawati dan Yuliani, 2017).

Likuiditas memiliki nilai signifikansi $0,776 > 0,05$, sehingga **H₄ ditolak** yang artinya likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2016) dan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widiyanti dan Hasanah (2017) mengenai likuiditas berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). Hal ini menunjukkan bahwa tinggi atau rendahnya kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang dilakukan oleh perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosialnya.

Umur perusahaan memiliki nilai signifikansi $0,751 > 0,05$, sehingga **H₅ ditolak** yang artinya umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Khotijah et al., (2019) dan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widiyanti dan Hasanah (2017) mengenai umur perusahaan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). Hal ini membuktikan bahwa perusahaan dengan umur yang lebih lama belum tentu melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah lebih luas dibandingkan perusahaan dengan umur yang lebih muda.

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

Hasil pengujian (Uji F) menunjukkan bahwa nilai F sebesar 6,800 dan nilai probabilitas (*p value*) sebesar 0,000 yang signifikan pada α sebesar 5% ($0,000 < 0,05$) maka dapat diartikan bahwa variabel independen yang terdiri dari ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan umur perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). Hal ini berarti bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan fit (layak).

Hasil perhitungan untuk nilai adjusted R^2 dengan bantuan program SPSS, dalam analisis regresi berganda diperoleh nilai koefisien determinasi atau adjusted R^2 sebesar 0,312. Hal ini menunjukkan bahwa 31,2% tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting* dipengaruhi oleh variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan umur perusahaan, sedangkan sisanya 68,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali analisis determinan pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) dengan faktor-faktor yang digunakan yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan umur perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada perusahaan yang terdaftar di BEI dan tergabung pada JII tahun 2014 sampai dengan 2018, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). Sedangkan likuiditas dan umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR).

Berdasarkan simpulan diatas, peneliti berharap dapat memberikan masukan bagi perusahaan untuk lebih mempertimbangkan ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan umur perusahaan dalam kaitannya terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). Bagi peneliti selanjutnya, disarankan menggunakan objek yang lebih luas, tidak hanya pada lingkup JII tetapi juga perusahaan-perusahaan di sector lainnya dan menggunakan variabel lain baik faktor internal maupun eksternal perusahaan yang terkait dengan pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR).

Seminar Nasional dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0

Referensi

- Affandi, H., & Nursita, M. (2019). Profitabilitas, Likuiditas, Leverage dan Ukuran Perusahaan : Sebuah Analisis Islamic Social Reporting (ISR) pada Perusahaan yang Terdaftar di JII. 16(1), 1–11.
- Anggraini, A., & Wulan, M. (2019). Faktor Financial-Non Financial dan Tingkat Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 3(2), 161–184.
- Ardiani Ika Sulistyawati, I. Y. (2017). Pengungkapan Islamic Social Reporting. *Issn*, 13, 15–27.
- Harahap, N., et al. (2014). Pengaruh Islamic Social Reporting (ISR), Umur Perusahaan dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Profitabilitas (ROA) pada Prusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) Tahun 2010-2014.
- Khotijah, S., Malikhah, A., & Junaidi. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Islamic Social Reponsibility. *E-Jra*, 08(01), 1–13.
- Lestari, S. (2016). Pengaruh Tingkat Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting pada Perbankan Syariah Indonesia Tahun 2010-2014. *Jurnal Akuntansi Universitas Negeri Surabaya*, 4(2), 1–24.
- Novrizal, M. F., & Fitri, M. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responbility (CSR) pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) tahun 2012- 2015 dengan Menggunakan Islamic Social Reporting (ISR) Index sebagai Tolok Ukur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 1(2), 177–189.
- Othman, R., A.M. Thani dan E.K., Ghani. 2009. Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shariah-Approved Companies in Bursa Malaysia. *Journal of International Studies*.12(1): 4-20.
- PT Bursa Efek Indonesia. Daftar Saham yang Masuk dalam Perhitungan Jakarta Islamic Index (JII). Diakses pada 24 September 2019, dari <https://www.idx.co.id>.
- PT Bursa Efek Indonesia. Laporan Keuangan Perusahaan Tercatat. Diakses pada 28 September 2019, dari <https://www.idx.co.id>.
- Putri & Yuyetta. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Islamic Social Reporting Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Pada. 3, 1–9.
- Raharjo, K. (2013). Corporate Social Responsibility: dari Etika Bisnis menuju Implementasi Good Corporate Governance. *Jurnal Manajemen*, 3, 342.
- Rosiana, R., et al. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Islamic Governance Score terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (Studi Empiris pada Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2010-2012). *Esensi*, 5(1), 87–104.
- Saham OK. Daftar Perusahaan yang Tercatat. Diakses pada 26 September 2019, dari <http://www.sahamok.com>
- Santoso, Singgih. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Siddi, P., Widiastuti, L., & Chomsatu, Y. (2017). Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 15(4), 67–77.

**Seminar Nasional dan Call For Paper
Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0**

Widiyanti, N. W., & Hasanah, N. T. (2018). Analisis Determinan Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) (Studi Kasus pada Perusahaan yang Terdaftar pada Jakarta Islamic Index Tahun 2011 - 2015). *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(2), 239.

**Seminar Nasional dan Call For Paper
Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era 4.0**