

Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan *Profitabilitas* terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* Di Jakarta *Islamic Index* (JII)

Siswadi Sululing¹, Wiliyanti Konaya², Teri³
^{1,2}Universitas Muhammadiyah Luwuk, Indonesia
³Universitas Fajar Makassar, Indonesia
teri@unifa.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk membuktikan adanya pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan, dan *profitabilitas* terhadap pengungkapan *islamic social reporting* terhadap pengungkapan *islamic social* secara parsial dan secara simultan. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, terdapat 10 perusahaan yang memenuhi kriteria sampling. Metode analisis data yang digunakan yaitu statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR, ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan ISR, *profitabilitas* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan ISR dan secara simultan *leverage*, ukuran perusahaan, dan *profitabilitas* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR.

ABSTRACT

The purpose of this study is to prove the influence of *leverage*, company size, and *profitability* on the disclosure of *Islamic social reporting* on *Islamic social disclosure* partially and simultaneously. The sampling method uses *purposive sampling method*, there are 10 companies that meet the sampling criteria. The data analysis method used is *descriptive statistics, classical assumption test, multiple linear analysis, and hypothesis testing*. The results of this study indicate that *leverage* has no effect on ISR disclosure, company size has a significant positive effect on ISR disclosure, *profitability* has a significant negative effect on ISR disclosure and simultaneously *leverage*, company size, and *profitability* have a significant effect on ISR disclosure



Mengutip artikel ini sebagai : Sululing, Siswadi., Konaya, Wiliyanti., Teri. 2024. Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan *Profitabilitas* terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* di Jakarta *Islamic Index* (JII). *Tangible Jurnal*, 9, No. 1, Juni 2024, Hal. 135-146. <https://doi.org/10.53654/tangible.v9i1.468>

Volume 9
 Nomor 1
 Halaman 135-146
 Makassar, Juni 2024
 p-ISSN 2528-3073
 e-ISSN 24656-4505

Tanggal masuk
 19 Mei 2024
 Tanggal Revisi
 21 Mei 2024
 Tanggal diterima
 21 Mei 2024

Kata kunci :

Leverage, Ukuran Perusahaan, *Profitabilitas*, *Islamic Social Reporting*

Keywords :

Leverage, Company Size, *Profitability*, *Islamic Social Reporting*

PENDAHULUAN

Tanggung jawab sosial atau sering disebut sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan wacana yang semakin umum dalam dunia bisnis di Indonesia di mana fenomena ini dipicu oleh semakin mengglobalnya tren mengenai praktek CSR dalam Bisnis. Konsep CSR dalam islam erat kaitannya dengan perusahaan-perusahaan yang menjalankan kegiatan bisnis sesuai dengan konsep syariah yang berharap perusahaan dapat melakukan tanggung jawab sosial perusahaan secara Islami (Tantri Puji Rahayu, 2018).

CSR lahir dari desakan masyarakat atas perilaku perusahaan yang tidak memperhatikan aspek tanggung jawab sosial seperti kerusakan lingkungan, eksploitasi

sumber daya alam secara tidak bertanggung jawab dan penindasan buruh. Pada umumnya negara-negara maju memiliki regulasi tentang pelaksanaan CSR. Perusahaan yang melaksanakan kegiatan dimana memenuhi standar tertentu sesuai dengan bidangnya dikatakan telah melaksanakan CSR. Dengan demikian ada standarisasi yang dapat membedakan perusahaan sudah, belum maupun tidak melaksanakan CSR.

Pengungkapan *islamic social reporting* tolak ukur tanggung jawab sosial yang bersifat syariah yang berisi kompilasi item-item CSR. Konsep CSR mulai berkembang di ekonomi syariah, hal ini terbukti semakin banyak perusahaan-perusahaan yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dan kegiatan bisnisnya yang diharapkan dapat melakukan tanggung jawab sosial perusahaan secara islami. Kerangka konseptual *Islamic Social Reporting* berdasarkan ketentuan syariah yang tidak hanya membantu pengambilan keputusan bagi pihak muslim tetapi sebagai bentuk pemenuhan tanggung jawab dan akuntabilitas perusahaan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala dan masyarakat.

Islamic Social Reporting dibutuhkan untuk menampilkan akuntabilitas kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala dan masyarakat serta meningkatkan transparansi aktivitas bisnis dengan cara memberikan informasi yang relevan termasuk memperhatikan kebutuhan spiritual investor muslim. Konsep Akuntabilitas terkait dengan prinsip pengungkapan penuh dalam rangka memenuhi kebutuhan publik atas segala aktivitas bisnis yang dijalankan sesuai dengan syariah dan akan dipertanggungjawabkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala. Konsep keadilan sosial mencakup keadilan pelanggan, karyawan, serta seluruh anggota masyarakat dimana sebuah entitas beroperasi. Sedangkan pada konsep kepemilikan, adanya kepemilikan individu yang diakui dalam Islam, tetapi pada dasarnya segala sesuatu merupakan milik Allah Subhanahu Wa Ta'ala Sehingga manusia sebagai pemilik bertanggung jawab untuk menggunakan segala sumber daya yang dimilikinya sesuai dengan perintahNya (Widiyanti & Hasanah, 2018).

Indeks *islamic social reporting* (ISR) untuk entitas Islam mengungkapkan hal-hal yang berkaitan dengan prinsip islam seperti transaksi yang sudah terbebas dari unsur riba, spekulasi, dan gharar, serta mengungkapkan zakat, status kepatuhan syariah serta aspek-aspek sosial seperti shadaqah, wakaf, qardhul hasan, dan pengungkapan peribadahan di lingkungan perusahaan (Tantri Puji Rahayu, 2018). Pemilihan Jakarta *Islamic Index* (JII) sebagai tempat penelitian Pengungkapan *Islamic Social Reporting* karena JII adalah salah satu indeks saham yang ada di indonesia yang di bentuk oleh Bursa Efek Indonesia yang menghitung indeks rata-rata saham untuk macam-macam saham yang memenuhi kriteria syariah dengan tujuan untuk meningkatkan keyakinan investor untuk melaksanakan investasi pada saham berbasis syariah dan memberikan manfaat untuk pemodal dalam menjalankan investasi di bursa efek.

Berdasarkan penelitian terdahulu pengungkapan dipengaruhi oleh dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya :

Leverage.

Rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang (Affandi & Nursita, 2019). Perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi akan memiliki dorongan untuk memberikan yang tinggi akan memiliki dorongan untuk memberikan informasi salah satunya informasi sosial yang lebih kepada pihak luar karena pengungkapan dapat mengurangi asimetri informasi dan ketidakpastian mengenai prospek perusahaan dimasa mendatang dan bertujuan memberikan keyakinan kepada kreditor bahwa perusahaan tidak melanggar *convenants* (perjanjian) yang ada (Ella Anggraeni, 2019).

Ukuran perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah karakteristik spesifik perusahaan yang hampir selalu digunakan untuk menguji tingkat pengungkapan sukarela (Sulistiyawati & Indah, 2017). Ukuran perusahaan merupakan prediktor yang mempengaruhi tingkat sosial ekonomis yang besar terhadap lingkungannya, sehingga lebih menjadi sorotan pemangku kepentingan (Rizfani & Lubis, 2019). Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk semakin banyak mengungkapkan informasi, termasuk mengenai kinerja sosial perusahaan.

Profitabilitas.

Profitabilitas merupakan rasio kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan dan untuk melihat keefektifan manajemen suatu perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya (Rahayu, 2019). Rasio *profitabilitas* menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimiliki, seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya. Jenis rasio *profitabilitas* yang dipakai dalam penelitian ini adalah *Return on Asset* (ROA). ROA berfungsi untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki (Nawang Kalbuana, 2019). Semakin besar ROA yang dimiliki suatu perusahaan, maka semakin efisien pula penggunaan aktiva yang dimiliki suatu perusahaan dalam peningkatan laba.

Permasalahan penelitian adalah *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* baik secara parsial dan simultan. Sedangkan tujuan penelitian adalah untuk membuktikan adanya pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* baik secara parsial dan simultan.

KAJIAN TEORI

Leverage

Leverage merupakan rasio antara jumlah hutang dibanding aset perusahaan. *leverage* adalah pemanfaatan aset dan sumber pendanaan (*source of funds*) yang menimbulkan beban tetap bagi perusahaan untuk meningkatkan potensi keuntungan (*return*) para pemilik saham (Syafirudin, 2021). *Leverage* timbul karena perusahaan dalam operasinya menggunakan aktiva dan sumber dana yang menimbulkan beban tetap bagi perusahaan. Penggunaan aktiva yang menimbulkan beban disebut dengan *operating leverage*, sedangkan penggunaan dana dengan beban tetap disebut *financial leverage* (Rizfani & Lubis, 2019).

Leverage sendiri merupakan perbandingan antara hutang dengan aktiva yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Perusahaan dengan proporsi utang yang tinggi dalam struktur modalnya rentan dengan biaya agensi, yaitu biaya pengawasan yang tinggi (Agtriyanti & Setiawati, 2020).

Rasio *Leverage* yaitu ratio untuk mengukur seberapa jauh aktiva perusahaan dibiayai dari hutang. Rasio *leverage* atau *Debt Ratio* dapat diukur dengan menggunakan DER (*Debt to Equity Ratio*) (Prasetyoningrum, 2018) :

$$DER = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}} \times 100\%$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala untuk mengklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aset, penjualan, nilai pasar saham, dan sebagainya (Hery, 2017). Semakin besar ukuran perusahaan

informasi yang tersedia untuk investor dalam pengambilan keputusan terkait dengan investasi dalam perusahaan semakin banyak. (Prasetyoningrum, 2018). Perusahaan yang kecil akan mengungkapkan lebih rendah kualitasnya dibandingkan dengan perusahaan besar.

Ukuran perusahaan merupakan prediktor yang mempengaruhi tingkat sosial ekonomis yang besar terhadap lingkungannya, sehingga lebih menjadi sorotan pemangku kepentingan. Maka dari itu, perusahaan dituntut untuk semakin banyak mengungkapkan informasi, termasuk mengenai kinerja sosial perusahaan (Rizfani & Lubis, 2019).

Ukuran perusahaan tidak hanya berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan sukarela tetapi juga terhadap tingkat pengungkapan wajib. ukuran perusahaan dapat diukur menggunakan jumlah karyawan, nilai total aset dan volume penjualan, namun ketiga proxy tersebut sangat berkorelasi tinggi antara satu dengan yang lain (Rizfani & Lubis, 2019).

Ukuran perusahaan menggunakan tolak ukur aset, karena total asset perusahaan bernilai besar maka hal ini dapat disederhanakan dengan mentransformasikan ke dalam logaritma natural (Affandi & Nursita, 2019), sehingga ukuran perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut ini:

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

Keterangan :

Size : Ukuran Perusahaan

Ln : Logaritma Natural

Total Asset : Total aset yang dimiliki perusahaan Gambar

Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio untuk menilai kinerja manajemen perusahaan dalam mencari keuntungan (Syafirudin, 2021). *Profitabilitas* menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. *Profitabilitas* suatu perusahaan dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivitya secara produktif, dengan demikian *profitabilitas* suatu perusahaan dapat diketahui dengan memperbandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau modal perusahaan tersebut (Prasetyoningrum, 2018).

Rasio *profitabilitas* adalah rasio-rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Perusahaan yang berada pada posisi menguntungkan akan cenderung melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas dalam laporan tahunannya. Sebaliknya, jika *profit* perusahaan menurun maka manajer akan cenderung mengurangi informasi yang diungkapkan dengan tujuan untuk menyembunyikan alasan-alasan mengapa *profit* perusahaan mengalami penurunan (Prasetyoningrum, 2018).

Profitabilitas digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dan melihat keefektifan manajemen suatu perusahaan dan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Semakin tinggi *profitabilitas* berarti semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga akan semakin luas pengungkapan yang dilakukan perusahaan (Rahayu, 2019).

Rasio *Return On Asset* (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah adanya pajak dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki (Arianugrahini & Firmansyah, 2020). Berikut rumus ini rumus yang digunakan untuk menghitung profitabilitas /ROA:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

Pengungkapan (*Disclosure*)

Pengungkapan (*disclosure*) dapat diartikan sebagai pengeluaran informasi termasuk yang diberikan perusahaan. Suatu pengungkapan harus memuat semua informasi termasuk informasi kuantitatif (seperti persediaan dalam nilai mata uang) dan kualitatif (seperti tuntutan hukum) (Fauzani, 2021).

Pengungkapan terdapat dua jenis yaitu yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan wajib adalah informasi yang harus diungkapkan oleh emiten yang diatur oleh peraturan pasar modal suatu negara. Setiap emiten atau perusahaan publik yang terdaftar di bursa efek wajib menyampaikan laporan keuangan secara berkala dan informasi material lainnya kepada Bapepam dan Publik (Sari & Helmayunita, 2019).

Pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) merupakan pengungkapan informasi yang diharuskan oleh peraturan yang berlaku. Dalam Hal ini pengungkapan laporan keuangan yang dikeluarkan oleh Kementerian Keuangan Republik Indonesia Badan Pengawas Pasar Modal Dan Lembaga Keuangan Salinan Keputusan Badan Pengawasan Pasar Modal Dan Lembaga Keuangan Nomor :KEP/347/BL/2012 Tentang Penjian Dan Pengungkapan Laporan Keuangan Emitem Atau Perusahaan Publik, 2012.

Pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) merupakan pengungkapan melebihi yang diwajibkan. Pengungkapan sukarela yang termasuk dalam kategori ini adalah pengungkapan tambahan terkait informasi keuangan perusahaan dan pengungkapan dalam bentuk laporan tahunan (*annual report*) (Fauzani, 2021).

Dalam perspektif ekonomi bahwa perusahaan perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan. Berbeda dengan Islam tidak hanya melihat peningkatan nilai perusahaan akan tetapi perusahaan akan menghasilkan pengungkapan yang benar, adil, transparan apabila memiliki akuntabilitas, yakni Akuntabilitas Islam ini percaya bahwa seluruh sumber daya yang telah disediakan dan diciptakan adalah kemaslahatan setiap manusia (Fauzani, 2021).

Islamic Social Reporting (ISR)

Islamic Social Reporting (ISR) adalah perpanjangan pelaporan sosial yang meliputi tidak hanya harapan dewan pengurus atas pandangan masyarakat terhadap peran perusahaan dalam ekonomi, tetapi juga memenuhi perspektif untuk pengguna laporan yang muslim. *Islamic social reporting* merupakan salah satu cara pengungkapan terhadap kondisi sebuah entitas perusahaan secara penuh dalam konteks islami (Santika, 2019).

Islamic Social Reporting (ISR) merupakan perluasan dari pelaporan sosial yang tidak hanya berupa keinginan besar dari seluruh masyarakat terhadap peranan perusahaan dalam ekonomi melainkan berkaitan dengan perspektif spiritual (Ella Anggraeni, 2019). Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) yang tersusun dalam enam tema/indikator dalam pengungkapan ISR, yaitu: 1). Pendanaan dan Investasi, 2). Produk dan Jasa, 3). Karyawan, 4). Masyarakat, 5). Lingkungan, dan 6). Tata Kelola Perusahaan. Berikut ini rumus yang digunakan untuk menghitung *Islamic Social Reporting* (Affandi dan Nursita, 2019):

$$ISR = \frac{\text{Jumlah Pengungkapan}}{\text{Total Pengungkapan}}$$

Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR merupakan upaya upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasionalnya

terhadap pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial dan lingkungan untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Muhammad Imam Syairozi, 2019).

Pada prinsipnya CSR merupakan komitmen perusahaan terhadap kepentingan para *stakeholders* dalam arti luas daripada sekedar kepentingan perusahaan belaka. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus bertanggung jawab atas tindakan dan kegiatan usahanya yang mempunyai dampak baik langsung maupun tidak langsung terhadap *stakeholders-nya* dan lingkungan dimana perusahaan melakukan aktivitas usahanya (Rahayu, 2019).

CSR dalam islam erat kaitannya dengan perusahaan yang menjalankan bisnis sesuai dengan konsep syariah yang diharapkan perusahaan tersebut dapat melakukan tanggung jawab sosial perusahaan secara islami. Salah satu cara untuk menilai pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan secara syariah yaitu menggunakan indeks *Islamic Social Reporting* (ISR) (Tantri Puji Rahayu, 2018). Ada tiga dimensi yang harus diperhatikan, sehubungan dengan ruang lingkup CSR (Rahayu, 2019) yaitu : 1). *Corporate Philanthropy*, 2). *Corporate Responsibility*, dan 3). *Corporate Policy*.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia dengan kategori perusahaan yang terdaftar di Jakarta *Islamic Index* (JII) periode 2017-2021. Sampel penelitian yang digunakan yaitu laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Jakarta *Islamic Index* (JII) yang memenuhi kriteria sampel, yaitu: 1). Perusahaan yang konsisten terdaftar di JII selama periode 2017-2021, 2). Perusahaan yang mempunyai Laporan Keuangan Lengkap selama periode 2017-2021, 3). Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan selama periode 2017 - 2021 dan, 4). Perusahaan yang menggunakan mata uang rupiah. Sehingga diperoleh sampel penelitian adalah:

Tabel 1. Sampel Penelitian

No	Identifikasi Sampel Penelitian	Jumlah
1.	Jumlah Perusahaan yang terdaftar di Jakarta <i>Islamic Index</i>	30
2.	Perusahaan yang tidak konsisten di Jakarta <i>Islamic Index</i> Periode 2017-2021	(10)
3.	Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keuangan periode 2017-2021	(6)
4.	Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan tahunan periode 2017-2021	(0)
5.	Perusahaan yang tidak menggunakan mata uang rupiah	(4)
6.	Jumlah sampel yang memenuhi kriteria pengambilan sampel	10
Total Sampel N = 10 X 5 Tahun = 50		

Sumber : Olahan data sekunder, 2022

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder: laporan keuangan perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) yang termasuk dalam kategori *Jakarta Islamic Index* (JII) periode 2017-2022. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian yaitu Studi Pustaka (*Library Research*) dalam bentuk jurnal penelitian terdahulu tahun 2017-2021 yang mendukung masalah penelitian serta tinjauan pustaka, Dokumentasi dalam bentuk laporan keuangan perusahaan di Bursa Efek Indonesia dengan kategori perusahaan yang tercatat di Jakarta *Islamic Index* Periode 2017-2021.

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan variabel-variabel yang ada di dalam penelitian (Desinka Putri, 2017). Melakukan Uji asumsi klasik dan metode analisis data: analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh

Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap pengungkapan ISR. Persamaan regresi menggunakan rumus sebagai berikut (Sulistiyawati & Indah, 2017) :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)

α = Konstanta

β_1 - β_3 = Koefisien Regresi (Variabel X_1 - X_3)

X_1 = Leverage

X_2 = Ukuran Perusahaan

X_3 = Profitabilitas

e = eror

Melakukan uji T (Parsial) dan uji F (Simultan) untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial maupun simultan terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak (Desinka Putri, 2017).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DER (X1)	50	18,64	341,27	125,6186	95,65843
SIZE (X2)	50	30,44	33,26	31,5476	,78612
ROA (X3)	50	,31	46,66	10,8510	10,61969
ISR (Y)	50	,50	,74	,6348	,05207
Valid N (listwise)	50				

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 29, 2022

Berdasarkan tabel 2 statistik deskriptif diperoleh hasil analisis statistik sebagai *Leverage* (DER), *Ukuran Perusahaan* (SIZE), *Profitabilitas* (ROA), dan pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) adalah: *Leverage* (DER) menunjukkan jumlah sampel (N) sebanyak 50, nilai minimum yaitu 18,64, nilai maksimum yaitu 341,27, dengan nilai rata-rata (*mean*) 125,6186 dan standar deviasinya yaitu sebesar 95,65843; ukuran perusahaan menunjukkan jumlah sampel (N) sebanyak 50, nilai minimum yaitu 30,44, nilai maksimum yaitu 33,46, nilai rata-rata (*mean*) yaitu 31,5476, dan standar deviasinya yaitu sebesar 0,78612; *Profitabilitas* menunjukkan nilai sampel (N) sebanyak 50, nilai minimum yaitu 0,31, nilai maksimum yaitu 46,66, nilai rata-rata (*mean*) yaitu 10,8510 dan standar deviasinya yaitu sebesar 10,61969; Pengungkapan *islamic social reporting* (Y), menunjukkan nilai sampel 50 (N), nilai minimum yaitu 0,31, nilai maksimum yaitu 0,50, nilai rata-rata (*mean*) 0,6348 dan standar deviasinya sebesar 0,5207.

Analisis Data

Hasil Uji Parsial (Uji t Statistik)

Hasil uji t statistik untuk masing-masing variabel sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2,782	,557		-4,990	<,001		
	DER (X1)	,000	,000	-,392	-1,567	,124	,983	1,017

SIZE (X2)	,110	,018	1,658	6,029	<,001	,828	1,208
ROA (X3)	-,002	,001	-,402	-2,130	,039	,816	1,226

a. Dependent Variable: ISR (Y)

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 29, 2022

Berdasarkan tabel 3 di atas, diperoleh model persamaan linear berganda yang terbentuk yaitu :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$ISR = -2,782 + 0,000 + 0,110 - 0,002 + e$$

Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting.

Uji hipotesisnya dirumuskan sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 = 0$: nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

$H_1 : \beta_1 \neq 0$: nilai signifikan $< 0,05$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Berdasarkan uji parsial (t-test), *leverage* memiliki tingkat signifikan $0,124 > 0,05$ artinya hipotesis (H_1) ditolak dan (H_0) diterima, dengan nilai $t_{hitung} -1,567$. Artinya *Leverage* (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (Y). Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu (Arianugrahini & Firmansyah, 2020), di mana hasil penelitian yaitu secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *islamic social reporting*.

Tidaknya pengaruh yang signifikan dari *Leverage* terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) dikarenakan perusahaan yang memiliki *leverage* besar akan berupaya menekan biaya pengeluaran perusahaan dan meningkatkan kondisi keuangan perusahaan untuk menyelesaikan kewajibannya baik jangka panjang maupun pendek guna menghindari terjadinya likuidasi perusahaan. Kondisi tersebut akan mempengaruhi perusahaan untuk memenuhi pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah, sehingga *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *islamic social reporting*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting

Uji hipotesisnya dirumuskan sebagai berikut:

$H_0 : \beta_2 = 0$: nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_2 ditolak. Artinya ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *islamic social reporting*.

$H_2 : \beta_2 \neq 0$: nilai signifikan $< 0,05$ maka H_2 diterima dan H_0 ditolak. Artinya Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Berdasarkan uji parsial t (t-test) ukuran perusahaan memiliki tingkat signifikan $0,001 < 0,05$. Artinya hipotesis (H_2) diterima dan (H_0) ditolak. Ukuran Perusahaan menunjukkan nilai $t_{hitung} 6,029$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *islamic social reporting*. Berdasarkan uji parsial ini sejalan dengan hasil penelitian (Tantri Puji Rahayu, 2018), di mana hasil penelitian yaitu secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *islamic social reporting*.

Total aset dapat mengukur besar kecilnya, dimana semakin besar total aset yang dimiliki perusahaan artinya semakin besar ukuran suatu perusahaan. Perusahaan besar memiliki aktivitas yang lebih banyak dan mempunyai dampak lebih besar terhadap masyarakat terhadap masyarakat. Pengungkapan *Islamic Social Reporting*

dapat dilihat dari besar kecilnya perusahaan. Semakin besar perusahaan, maka pengungkapan *islamic social reporting* semakin luas.

Perusahaan yang berukuran besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak, karena semakin besar ukuran perusahaan artinya semakin besar tanggung jawab suatu perusahaan baik untuk *stakeholders* maupun masyarakat luas maupun masyarakat sekitar tempat di mana perusahaan menjalankan aktivitasnya, karena kegiatan kegiatan operasi perusahaan besar.

Semakin besar aset yang dimiliki perusahaan artinya perusahaan tidak akan lepas dari tuntutan untuk memiliki kinerja yang baik. Melalui pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas agar kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan memiliki penilaian yang positif dimata masyarakat, sehingga ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *islamic social reporting*.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting.

Uji hipotesisnya dirumuskan sebagai berikut:

$H_0 : \beta_3 = 0$: nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_3 ditolak. Artinya *Profitabilitas* tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

$H_3 : \beta_3 \neq 0$: nilai signifikan $< 0,05$ maka H_3 diterima dan H_0 ditolak. Artinya *profitabilitas* berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Berdasarkan uji parsial (t-test) *profitabilitas* memiliki tingkat signifikan $0,039 < 0,05$ artinya hipotesis (H_3) diterima dan H_0 ditolak dengan nilai $t_{hitung} -2,130$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *profitabilitas* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan *islamic social reporting*. Berdasarkan uji parsial ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu (Alawiyah, 2020), di mana hasil penelitian yaitu secara parsial *profitabilitas* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan *islamic social reporting*.

Return On Asset (ROA) menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah adanya pajak dengan menggunakan seluruh aset perusahaan. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa tingkat *profitabilitas* suatu perusahaan bukan suatu jaminan perusahaan akan lebih meningkatkan informasi pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah. Hal ini disebabkan persepsi bahwa aktivitas tanggung jawab sosial secara syariah merupakan aktivitas yang tidak mempunyai manfaat bagi perusahaan.

Teori *stakeholders* mendukung argumentasi yang menyatakan bahwa nilai *Return On Asset* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *islamic social reporting* karena adanya motif dari pemegang saham. Hal ini mengindikasikan tingginya nilai ROA yang dihasilkan perusahaan akan memberikan indikasi bagi pemegang saham untuk mendapatkan laba yang tinggi tanpa harus memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan.

Teori *stakeholder* mencerminkan tindakan manajemen harus membuat laporan sesuai dengan keinginan dari kelompok pemegang saham yang berbeda-beda, tanpa harus memperhatikan hal-hal yang mempengaruhi laba seperti adanya tambahan biaya untuk menjalankan aktivitas sosial secara syariah (Pengungkapan *islamic social reporting*) yang mengakibatkan adanya pengurangan dari laba yang diperoleh perusahaan, sehingga *profitabilitas* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *islamic social reporting* dengan arah negatif.

Hasil Uji Simultan (Uji F Statistik)

Hasil uji F statistik tampak pada tabel berikut ini:

Tabel 4. ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,111	3	,037	78,154	<,001 ^b
	Residual	,022	46	,000		
	Total	,133	49			

a. Dependent Variable: ISR (Y)

b. Predictors: (Constant), ROA (X3), DER (X1), SIZE (X2)

Sumber : Olahan Data SPSS Versi 29, 2022

Berdasarkan Tabel 4 di atas, diketahui nilai signifikan 0,001. Artinya nilai signifikan $0,001 < 0,005$ dan nilai f_{hitung} 78,154. maka H_0 ditolak dan H_4 diterima. Artinya *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan *Profitabilitas* berpengaruh secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *islamic social reporting*.

Berdasarkan uji simultan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam pengungkapan *islamic social reporting* tidak memperhatikan satu faktor saja, karena pengungkapan *islamic social reporting* meliputi harapan masyarakat, yang tidak hanya berorientasi pada jalannya usaha perusahaan tersebut, akan tetapi peran perusahaan dalam konteks lainnya pada keadilan peran perusahaan dalam konteks lainnya yang menekankan pada aktivitas sosial pada masyarakat, pelaporan mengenai lingkungan, hak minoritas, dan karyawan dalam perusahaan itu sendiri.

Hal ini sesuai dengan teori *legitimasi* perusahaan akan berusaha mendapatkan pengakuan publik dengan cara melaksanakan kegiatan usahanya melaksanakan kegiatan sesuai dengan norma dan nilai-nilai yang berlaku bagi masyarakat dan lingkungan perusahaan melakukan operasinya. Selain itu sesuai dengan teori yang menyatakan pengungkapan sosial dianggap berperan sebagai media komunikasi antara perusahaan dengan *stakeholders*.

Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Hasil koefisien determinasi tampak pada tabel berikut ini:

Tabel 5. Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,401 ^a	,161	,106	,04671

a. Predictors: (Constant), ROA (X3), DER (X1), SIZE (X2)

b. Dependent Variable: ISR (Y)

Sumber : Olahan Data SPSS Versi 29, 2022

Berdasarkan tabel 5 Hasil Uji koefisien determinasi, diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,106 atau 10,6%. Hal ini menunjukkan bahwa *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan *Profitabilitas* dapat menjelaskan besaran pengungkapan *islamic social reporting* sebesar 10,6%. Sedangkan sisanya 89,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dibuat beberapa kesimpulan yaitu: *Leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *islamic social reporting*, Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *islamic social reporting*, *Profitabilitas* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan *islamic social* serta *leverage*, ukuran perusahaan, dan *profitabilitas* secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *islamic social reporting*.

Implikasi penelitian ini adalah pengungkapan social islam reporting pada saham-saham indeks syariah menjadi bagian penting menjadi pertimbangan investor untuk berinvestasi perusahaan yang operasionalnya halal dan bertanggung terhadap dampak social sehingga memberikan manfaat masyarakat sekitarnya, sedangkan keterbatasan penelitian ini tidak menggunakan variabel indeks saham syariah indonesia (ISSI) yang lebih luas, sehingga untuk penelitian selanjutnya disarankan memakai indeks saham syariah indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, H., & Nursita, M. (2019). Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan: Sebuah Analisis Islamic Social Reporting (ISR) pada Perusahaan yang Terdaftar di JII. *Majalah Ilmiah Bijak*, 16(1), 1-11.
<https://doi.org/10.31334/bijak.v16i1.318>
- Agtriyanti, R., & Setiawati, E. (2020). Analisis Determinan Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) (Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar di BEI yang Tergabung pada JII Periode 2014-2018). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 47-58.
- Alawiyah, R. G. M. & T. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) Pada Perbankan Syariah Di Indonesia Tahun 2015-2018. *Jurnal STIE Ekonomi*, 29(02), 57-77.
- Arianugrahini, I., & Firmansyah, E. A. (2020). Determinan Pengungkapan Islamic Social Social Reporting (ISR) pada Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia (Determinants of Islamic Social Reporting (ISR) Disclosure at Islamic Commercial Banks in Indonesia). *Islamic Banking and Finance Journal*, 4(2), 88-
<https://doi.org/10.21070/perisai.v4i2.841>
- Desinka Putri. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Islamic Social Reporting Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index (JII). *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1).
- Ella Anggraeni. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jii Periode Tahun 2013-2017. Universitas Semarang.
- Fauzani. (2021). Screening Saham Syariah dan Impelemtasinya Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Daftar Efek Syariah (Zulkifli (ed.)). Serang : A-Empat.
- Hery. (2017). Kajian Riset Akuntansi Mengulas Berbagai Hasil Penelitian Terkini Dalam Bidang Akuntansi Dan Keuangan (A. Pranomo (ed.)). Jakarta : PT Grasindo, Anggota IKAPI.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Salinan Keputusan Badan Pengawasan Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Nomor :KEP/347/BL/2012 Tentang Penjian dan Pengungkapan Laporan Keuangan Emitmen Atau Perusahaan Pu. (2012).
<https://doi.org/10.1128/AAC.03728-14>

- Muhammad Imam Syairozi. (2019). Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur Dan Perbankan. Magelang : Tidar Media.
- Nawang Kalbuana. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di JII Tahun 2013-2017). *AKTSAR: Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(2), 233. <https://doi.org/10.21043/aktsar.v2i2.6037>
- Prasetyoningrum, A. K. (2018). Leverage, Efisiensi Biaya, dan Umur Perusahaan Terhadap Islamic Social Reporting (ISR) Pada Perbankan Syariah Di Indonesia. *Malia : Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 147-162.
- Rahayu, S. (2019). Profitabilitas dan Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting Pada Perusahaan yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index. *Jurnal Mutiara Akuntansi*, 4(1), 1-9.
- Rizfani, K. N., & Lubis, D. (2019). Pengungkapan Islamic Social Reporting pada Perusahaan di Jakarta Islamic Index. *Al-Muzara'ah*, 6(2), 103-116. <https://doi.org/10.29244/jam.6.2.103-116>
- Santika, A. (2019). Pengaruh Islamic Social Reporting terhadap Profitabilitas (Return on Asset dan Return on Equity) Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 1. <https://doi.org/10.22219/jes.v4i2.9870>
- Sari, M. S., & Helmayunita, N. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index Tahun 2013-2017). *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(2), 751-768.
- Sulistiyawati, A. I., & Indah, Y. (2017). Pengungkapan Islamic Social Reporting Pada Indeks Saham Syariah Indonesia. *Akuisisi: Jurnal Akuntansi*, 13(2), 15-27. <https://doi.org/10.24127/akuisisi.v13i2.166>
- Syafirudin, A. (2021). *Pengaruh Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Return Saham Dengan Intervening Asset Growth*. Bantul : Penerbit KBM Indonesia.
- Tantri Puji Rahayu. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Islamic Social Reporting pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index Periode 2010-2013. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 109.
- 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. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v5i2.3013>