

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Profitabilitas

2.1.1.1 Definisi Profitabilitas

Menurut M. Hanafi (2012:81) bahwa profitabilitas adalah:

“Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, asset, dan modal saham yang tertentu.”

Menurut Kasmir (2015:114) menyatakan bahwa:

“Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau dari pendapatan investasi”

Menurut Sartono (2012:122) menyatakan bahwa:

“Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba baik dalalam hubungannya dengan penjualan, asset maupun laba bagi modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka Panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk deviden.”

Menurut Hery (2016:192) mengatakan bahwa:

“Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Rasio profitabilitas dikenal juga sebagai rasio rentabilitas.”

Menurut Irlam Fahmi (2015:135) pengertian rasio profitabilitas adalah sebagai berikut:

“Rasio ini mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi.”

Menurut K.R Subramanyam (2014:13) mendefinisikan profitabilitas sebagai berikut:

“Profitability analysis is the evaluation of a company’s return on investment. It focuses on a company’s sources and levels of profits and involves identifying and measuring the impact of various profitability drivers. Profitability analysis also focuses on reason for change in profitability and the sustainability of earnings.”

Menurut Pirmatua Sirait (2017:139) definisi profitabilitas sebagai berikut:

“Profitabilitas atau kemampulabaan perusahaan untuk memperoleh laba secara komprehensif, mengkonversi penjualan menjadi keuntungan dan arus kas.”

Menurut I Made Sudana (2011:22) menyebutkan bahwa:

“Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal, atau penjualan perusahaan.”

Menurut Martono dan Agus Harjito (2012:19) mengatakan bahwa:

“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dari modal yang digunakan untuk menghasilkan dana tersebut.”

Menurut Yuliarni (2012) mendefinisikan profitabilitas sebagai berikut:

“Profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada pemegang saham.”

Adapun menurut Febry Ramadhani (2016) bahwa:

“Rasio profitabilitas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh keuntungan (profit).”

Menurut Ari Kristin (2018) menyebutkan bahwa:

“Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.”

Dan menurut Nawang, Marista, dkk:

“Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh keuntungan.”

Berdasarkan definisi yang telah dikemukakan dari berbagai para ahli maka dapat diketahui bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang berhubungan dengan seluruh aktiva yang dimiliki perusahaan diantaranya seperti aktiva, modal, dan penjualan perusahaan. Tingkat

profitabilitas yang baik mampu mendorong para investor untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut guna memperoleh dividen atas keuntungan perusahaan.

2.1.1.2 Tujuan dan Manfaat Penggunaan Profitabilitas

Dalam penggunaannya tentu saja profitabilitas mempunyai tujuan yang dapat digunakan baik bagi perusahaan maupun pihak luar. Berikut merupakan tujuan profitabilitas menurut Kasmir (2015:197-198) diantaranya:

“Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan adalah:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu;
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri;
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.”

Adapun manfaat profitabilitas yang tidak hanya bagi pihak perusahaan, tetapi juga bagi pihak luar terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan kerjasama atau kepentingan dengan perusahaan tersebut. Berikut manfaat penggunaan profitabilitas menurut Kasmir (2015:198) diantaranya:

“Adapun manfaat yang diperoleh dari rasio profitabilitas adalah untuk:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode;
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;

5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.”

2.1.1.3 Metode Pengukuran Profitabilitas

Menurut Hanafi dan Halim (2016:81-82) mengatakan bahwa ada tiga rasio yang sering dibicarakan, yaitu:

1. *Return On Assest*

Return on assets merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan tingkat asset yang tertentu.

Return On Assest juga sering disebut sebagai *Return On Investment*.

Rasio ini dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Keterangan:

ROA : *Return On Assets*

2. *Return On Equity*

Return on equity merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu, rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham.

Rasio ini dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Moda Saham}}$$

Keterangan:

ROE : *Return On Equity*

3. *Profit Margin*

Profita margin adalah rasio yang menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Rasio ini bisa dilihat secara langsung pada analisis *common size* untuk laporan laba rugi. Rasio ini bisa diinterpretasikan juga sebagai kemampuan perusahaan menekan biaya-biaya (ukuran efisiensi) di perusahaan pada periode tertentu.

Rasio ini dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\textit{Profit Margin} = \frac{\textit{Laba Bersih}}{\textit{Penjualan}}$$

Menurut I Made Sudana (2012:22) cara untuk mengukur rasio profitabilitas perusahaan adalah sebagai berikut:

1. *Return On Assets (ROA)*

ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimilikinya untuk menghasilkan laba setelah pajak. Rasio ini penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva perusahaan. Semakin besar ROA, besar semakin efisien penggunaan

aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar.

ROA dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

2. *Return On Equity (ROE)*

ROE menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Rasio ini penting bagi pemegang saham untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengelolaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan.

ROE dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

3. *Profit Margin Ratio*

Profit margin ratio mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan penjualan yang dicapai perusahaan. Semakin tinggi rasio menunjukkan bahwa perusahaan semakin efisien dalam menjalankan operasinya. *Profit margin ratio* dibedakan menjadi 3 yaitu sebagai berikut:

a. *Net Profit Margin*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari penjualan yang dilakukan perusahaan. Rasio ini mencerminkan efisiensi seluruh bagian, yaitu produksi, personalia, pemasaran, dan keuangan yang ada dalam perusahaan.

NPM dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

b. *Operating Profit Margin*

Rasio ini mengukur kemampuan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan penjualan yang dicapai perusahaan. Rasio ini menunjukkan efisiensi dengan produksi, personalia, serta pemasaran dalam menghasilkan laba.

OPM dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$



c. *Gross Profit Margin*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba kotor dengan penjualan yang dimiliki oleh perusahaan. Rasio ini menggambarkan efisiensi yang dicapai oleh bagian produksi.

OPM dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

4. *Basic Earning Power*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan menggunakan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Dengan kata lain rasio ini berarti semakin efektif dan efisien pengelolaan seluruh aktiva yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak.

Rasio ini dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Basic Earning Power} = \frac{\text{Laba Sebelum Bunga dan Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

Adapun menurut R. Agus Sartono (2012:113) ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas, yaitu:

1. *Gross Profit Margin*

Gross profit margin menggambarkan laba kotor yang dapat dicapai dari jumlah penjualan.

Rumus perhitungan GPM adalah sebagai berikut:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

2. *Operating Profit Margin*

Operating Pprofit margin menggambarkan “*Pure Profit*” yang diterima atau setiap rupiah dari penjualan yang dilakukan.

Rumus perhitungan OPM adalah sebagai berikut:

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

3. *Net Profit Margin*

Net profit margin adalah ukuran profitabilitas perusahaan dari penjualan setelah memperhitungkan semua biaya dan pajak penghasilan. Rasio ini berfungsi untuk mengukur tingkat kembalian keuntungan bersih terhadap penjualan bersihnya.

Rumus perhitungan NPM adalah sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

4. *Return On Assets* (ROA)

Return On Assets merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan.

Rumus perhitungan ROA adalah sebagai berikut:

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

5. *Return On Equity* (ROE)

Return on equity adalah rasio yang menunjukkan berupa persen diperoleh laba bersih bila diukur dari modal pemilik.

Rumus perhitungan ROE adalah sebagai berikut:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Equity}} \times 100\%$$

Pada penelitian ini, penulis menggunakan rumus *Return On Assets* (ROA) sebagai metode pengukuran profitabilitas karena dapat melihat perbandingan antara laba setelah pajak dengan total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan.

Pengertian *Return On Assets* (ROA) Menurut para ahli adalah sebagai berikut:

Menurut Eduardus Tandelilin (2010:372) mengatakan bahwa:

“*Return On Assets* menggambarkan sejauh mana kemampuan asset-aset yang dimiliki perusahaan bisa menghasilkan laba.”

Return On Assets menurut Kasmir (2014:201) bahwa:

“*Return On Assets* merupakan rasio yang menunjukkan hasil atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan.”(Kasmir 2014)

Menurut Sawir (2005:18) *Return On Assets* merupakan:

“Rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen perusahaan dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan. Semakin besar ROA suatu perusahaan, semakin besar pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan asset.”

Menurut Irham Fahmi (2011:137) menjelaskan bahwa:

“*Return On Assets* menunjukkan sejauh mana investasi perusahaan yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Investasi tersebut sama dengan asset perusahaan yang ditanamkan atau ditempatkan.”

Alasan peneliti menggunakan *Return On Assets* (ROA) karena rasio ini mengukur seberapa besar laba yang dapat diperoleh oleh perusahaan yang dilihat dari peolehan asetnya. Rasio ini dapat menentukan potensi keuntungan perusahaan yang didaot dari pengelolaan asset oleh manajemen sehingga dapat memberikan informasi mengenai tanggung jawab sosialnya. Dimana tanggung jawab sosial merupakan salah satu kegiatan yang perusaha jalankan dengan menggunakan asetnya untuk mengungkapkannya. Dengan begitu, maka dapat membuat perusahaan menanamkan tanggung jawab sosialnya dengan baik.

2.1.2 Ukuran Perusahaan

2.1.2.1 Definisi Ukuran Perusahaan

Menurut Brigham dan Houston (2015:25) definisi ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

“Ukuran perusahaan adalah rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Dalam hal ini penjualan lebih besar dari pada biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya jika penjualan lebih kecil dari pada biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan akan menderita kerugian.”

Menurut Bambang Riyanto (2012:305) definisi ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

“Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan pada total aktiva, jumlah penjualan, dan rata-rata penjualan.”

Menurut Torang (2012:93) mengatakan bahwa:

“Ukuran organisasi adalah suatu variabel konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk organisasi.”

Menurut Basyaib (2007:122) ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

“Ukuran perusahaan (*firm size*) adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan ukuran pendapatan, total asset, dan total modal. Semakin besar ukuran pendapatan, total asset, dan total modal akan mencerminkan keadaan perusahaan yang semakin kuat.”

Menurut Asnawi dan Wijaya (2005:274) ukuran perusahaan merupakan:

“Ukuran perusahaan merupakan variabel control yang dipertimbangkan dalam banyak penelitian keuangan. Hal ini disebabkan dugaan banyaknya keputusan/hasil keuangan dipengaruhi oleh ukuran perusahaan.”

Menurut Hartono (2008:14) ukuran perusahaan (*firm size*) mendefinisikan bahwa:

“Besarnya kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva/ besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva.”

Menurut Febry Ramdhani (2016) menyebutkan bahwa:

“Ukuran perusahaan merupakan tingkat identifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan.”

Menurut Agus Sartono (2014:321) menyebutkan bahwa:

“Perusahaan besar yang sudah *well established* akan lebih mudah memperoleh modal dipasar modal dibanding dengan perusahaan kecil. Karena kemudahan akses tersebut berarti perusahaan besar memiliki fleksibilitas yang lebih besar”

Kemudian menurut Prsetyorini (2013:186) mengatakan bahwa pengertian ukuran perusahaan sebagai berikut:

“Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasi besarnya kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain.”

Berdasarkan definisi yang telah dikemukakan dari berbagai para ahli maka dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan merupakan ukuran besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dilihat dari segi total asset, total penjualan, jumlah laba atau nilai pasar saham sehingga dapat mencerminkan keadaan suatu perusahaan.

2.1.2.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Klasifikasi ukuran perusahaan menurut UU No. 20 Tahun 2008 dibagi dalam 4 (empat) kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar.

Pengertian dari usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar menurut UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 (satu) adalah sebagai berikut:

1. “Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana datur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan sejumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik Negara atau Swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia,”

Berdasarkan pengertian diatas dalam melaksanakan usaha ada beberapa kriteria agar masuk kedalam klasifikasi ukuran perusahaan.

Kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam UU No. 20 Tahun 2008 adalah sebagai berikut:

Tabel 0.1
Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Assets (Tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 Juta
Usaha Kecil	>50 Juta-500 Juta	>300 Juta-2.5 M
Usaha Menengah	>10 Juta-10 M	2.5 M-50 M
Usaha Besar	>10 M	>50 M

2.1.2.3 Pengukuran Ukuran Perusahaan

Menurut Harahap (2007:23) definisi dari pengukuran perusahaan adalah sebagai berikut

“Ukuran perusahaan di ukur dengan logaritma natural (Ln) dari rata-rata total aktiva (total asset) perusahaan. Penggunaan total aktiva berdasarkan pertimbangan bahwa total aktiva mencerminkan ukuran perusahaan dan diduga mempengaruhi ketepatan waktu.”

Menurut Prasetyanoko (2008:257) mengatakan bahwa:

“Aset total dapat menggambarkan ukuran perusahaan, semakin besar aset biasanya perusahaan tersebut makin besar.”

Menurut Moeljono (2005:14) pengukuran kuran perusahaan adalah sebagai berikut:

“Pengukuran ukuran perusahaan dapat dilakukan dengan menghitung dari total aset, investasi, perputaran modal, alat produksi, jumlah pegawai, keluasan jaringan usaha, penguasaan pasar, output produksi, besaran nilai tambah, besaran pajak terbayarkan, dan seterusnya itu ternyata menjadi bayangan akan kenyataan bahwa korporasi memang idenitik dengan perusahaan besar.”

Menurut Yогianto (2007:282) mengatakan bahwa:

“Ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva.”

Kemudian menurut Taliyang (2011) dalam Lina (2013) menyebutkan bahwa:

“Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural total aset. Skala pengukurannya adalah skala rasio.”

Menurut Hartono (2015:282) menyatakan bahwa pengukuran ukuran perusahaan dapat diukur sebagai berikut

$$\text{"Ukuran Perusahaan} = \text{Ln Total Aktiva"}$$

2.1.3 Pengungkapan (*Disclosure*)

2.1.3.1 Definisi Pengungkapan (*Disclosure*)

Menurut Evans dalam Suwardjono (2014:578) memberikan definisi pengungkapan sebagai berikut:

“Disclosure means supplying information in the financial statements including the statements themselves, the notes to the statements and the implementary disclosures associated with the statements. It does not extend to public or private statements made by management or information provided outside the financial statement.” (Suwardjono 2016)

Menurut Scott (2009:452) mendefinisikan pengungkapan sebagai berikut:

*“Pengungkapan informasi keuangan juga didasarkan pada prinsip pengungkapan yang dinyatakan ke dalam *simple argument* dan *inside information*. Hal ini disebabkan karena pihak eksternal tidak mengetahui *inside information* tapi disisi lain manajemen ingin mengungkapkan *good news*. Kejujuran manajemen sangatlah penting dan diharapkan oleh pihak eksternal untuk juga mengungkapkan *bad information*,”*

Menurut Nuswandari (2009) menyebutkan bahwa:

“Pengungkapan adalah informasi yang disediakan untuk optimalisasi kebutuhan operasi pasar modal yang efisien dengan tujuan memberikan informasi yang dirasa perlu disampaikan untuk memberikan pelayanan kepada pihak-pihak yang membutuhkan dan untuk mencapai tujuan dari laporan keuangan.”

Menurut Hendriksen (2002) mengatakan bahwa:

“Pengungkapan adalah penyediaan jumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal dalam pasar modal yang efisien. Pengungkapan, pengertian tersempit pengungkapan, yaitu mencakup hal-hal seperti pembahasan dan analisis manajemen, catatan kaki, dan laporan pelengkap.”

2.1.3.2 Tujuan Pengungkapan

Menurut Henderiksen (2002) tujuan pengungkapan adalah sebagai berikut:

“Tujuan pengungkapan adalah untuk menyediakan informasi yang signifikan dan relevan kepada pemakai laporan keuangan untuk

membantu mereka mengambil keputusan dengan cara terbaik yang mungkin, dengan pembatasan bahwa manfaatnya harus melebihi biayanya. Hal ini menyiratkan bahwa informasi yang tidak material atau relevan harus dihilangkan agar penyajiannya mempunyai arti yang dapat dimenegerti.”

Menurut Chariri *et.al* (2007:382), tujuan pengungkapan dalam laporan keuangan adalah:

1. “Memberikan informasi yang bermanfaat bagi investor, kreditor, dan pemakai lainnya dalam mengambil keputusan secara rasional;
2. Memberikan informasi untuk membantu investor, kreditor, dan pemakai lainnya menilai jumlah, penakuan tentang penerimaan as bersih;
3. Memberikan informasi tentang sumber-sumber ekonomi suatu perusahaan
4. Menyediakan informasi tentang hasil usaha (*performance* keuangan) suatu perusahaan selama 1 (satu) periode;
5. Menyediakan informasi yang bermanfaat bagi manajer dan direktur sesuai kepentingan pemilik;
6. Untuk membandingkan antar perusahaan dan antar tahun, untuk menyediakan informasi mengenai aliran kas masuk dan kas keluar dimasa mendatang;
7. Untuk membantu investor dalam menetapkan return dan investasinya.”

Sedangkan menurut Suwardjono (2014:580) tujuan pengungkapan adalah

sebagai berikut:

1. “Tujuan Melindungi
Tujuan melindungi dilandasi oleh gagasan bahwa tidak semua pemakai cukup canggih sehingga pemakai yang naif perlu dilindungi dengan mengungkapkan informasi yang mereka tidak mungkin memperolehnya atau tidak mungkin mengolah informasi untuk menangkap substansi ekonomik yang melandasi suatu pos statemen keuangan. Dengan kata lain, pengunakapan dimaksudkan untuk melindungi perlakuan manajemen yang mungkin kurang adil dan kurang terbuka.
2. Tujuan Informatif
Tujuan informatif dilandasi oleh gagasan bahwa pemakai yang dituju sudah jelas dengan tingkat kecanggihhan tertentu. Penungkapan diarahkan untuk menyediakan informasi yang dapat membantu keefektifann pengambilan keputusan pemakai tersebut. Tujuan ini

biasanya melandasi penyusunan standar akuntansi untuk menentukan tingkat pengungkapan.

3. Tujuan Kebutuhan Khusus

Tujuan ini merupakan gabungan dari tujuan perlindungan public dan tujuan informatif. Apa yang harus diungkapkan kepada public dibatasi dengan apa yang dipandang bermanfaat bagi pemakai yang dituju sementara untuk bertujuan pengawasan, informasi tertentu harus disampaikan kepada badan pengawas berdasarkan peraturan melalui formulir-formulir yang memuat pengungkapan secara rinci.”

2.1.3.3 Jenis-jenis Pengungkapan

Menurut Charii dan Ghazali (2007), terdapat 2 (dua) jenis pengungkapan, yaitu sebagai berikut:

1. “Pengungkapan Wajib (*Mandatory Disclosure*)
2. Pengungkapan Sukarela (*Voluntary Disclosure*).

Penjelasan dari jenis-jenis pengungkapan diatas adalah sebagai berikut:

1. Pengungkapan Wajib (*Mandatory Disclosure*)

Pengungkapan wajib adalah pengungkapan informasi yang diwajibkan oleh peraturan yang ditetapkan oleh suatu badan otoriter. Setiap perusahaan wajib menyampaikan laporan keuangannya kepada publik. Pengungkapan wajib digunakan untuk mencegah pemakai laporan keuangan dari informasi yang dapat menyesatkan.

2. Pengungkapan Sukarela (*Voluntary Disclosure*)

Pengungkapan sukarela adalah pengungkapan informasi yang tidak diharuskan oleh peraturan yang ditetapkan, tetapi diungkapkan oleh entitas karena dianggap relevan dengan kebutuhan penggunanya. Pengungkapan sukarela menjadi salah satu cara untuk meningkatkan kualitas laporan keuangan perusahaan, sehingga membantu para investor untuk memahami strategi bisnis perusahaan dan meningkatkan kepercayaan investor untuk berinvestasi.”

2.1.3.4 Tingkatan Pengungkapan

Menurut Evans (2003) dalam Suwardjono (2014:581) ada tiga tingkat pengungkapan, yaitu:

1. “Pengungkapan Cukup (*Adequate Disclosure*)

Konsep *Adequate disclosure* salah satu konsep yang sering digunakan, yaitu pengungkapan minimum yang dinyatakan oleh

peraturan yang berlaku, dimana angka-angka yang disajikan dapat diinterpretasikan dengan benar oleh investor.

2. Pengungkapan Wajar (*Fair Disclosure*)
Fair disclosure adalah pengungkapan yang secara tidak langsung merupakan tujuan etis agar memberikan perlakuan yang sama kepada semua pemakai laporan dengan menyediakan informasi yang layak terhadap pembaca potensial.
3. Pengungkapan Penuh (*Full Disclosure*)
Full disclosure adalah pengungkapan yang mengimplikasikan penyajian dari seluruh informasi yang relevan. Pengungkapan ini sering dianggap berlebihan karena penyajian atas informasi tidak penting yang rinci akan mengaburkan informasi yang signifikan dan membuat laporan sulit untuk diinterpretasikan.”

2.1.4 Islamic Social Reporting (ISR)

2.1.4.1 Pengertian Islamic Social Reporting (ISR)

Menurut Othman et al (2009) dalam (Sutapa dan Heri, 2018), Indeks ISR merupakan tolak ukur pelaksanaan kinerja sosial perbankan syariah yang berisi kompilasi item-item standar CSR yang tetap oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*) yang kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh para peneliti mengenai item-item CSR yang seharusnya diungkapkan oleh entitas Islam.

Menurut Muhammad Yasir (2017:43) *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) adalah:

“*Islamic Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial dalam islam bukanlah merupakan perkara asing. Tanggung jawab sosial sudah mulai ada dan dipraktikkan sejak abad 14 yang silam. Pembahasan mengenai tanggung jawab sosial sangat sering disebutkan dalam Al-Quran selalu menghubungkan antara kesuksesan berbisnis dan pertumbuhan ekonomi yang dipengaruhi oleh moral para pengusahanya dalam menjalankan bisnis.”

Menurut Muhammad Yasir (2017:52) konsep *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR), yaitu sebagai berikut:

“Didasarkan pada hubungan tanggung jawab kepada Allah SWT, kepada manusia, dan tanggung jawab kepada alam sekitar. Allah SWT yang telah memerintahkan manusia untuk taat kepada-Nya dan sebagai ketaatan kepada Allah SWT adalah memastikan kelestarian hidup manusia dan alam sekitar. Sehingga kewujudan manusia di muka bumi ini mempunyai dua tugas yang sama, yaitu menjadi hamba yang patuh kepada Allah SWT dan Khalifah yang adil.”

Menurut Kotler dan Nancy (2005:4) dalam Gassing (2016:163) mengatakan bahwa:

“*Corporate Social Responsibility* didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktis bisnis yang baik dan mengkontribusikan Sebagian sumber daya perusahaan”

Tanggung jawab sosial dalam Islam tercantum dalam QS. Al Baqarah ayat 177, yang artinya:

“Bukanlah menghadapkan wajahmu kearah timur dan barat out suatu kebijakan, akan tetapi sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah hari Kemudian, Malaikat-Malaikat, Kitab-Kitab, Nabi-Nabi, dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, menderikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila berjanji, dan orang-orang yang sabra dalam kesempatan, penderitaan dan dalam peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar (imannya); mereka itulah orang-orang yang bertaqwa.”

Dari ayat diatas bisa disimpulkan bahwa dalam agama islam pentingnya mengedepankan nilai-nilai sosial di masyarakat bukan hanya sekedar menghadapkan wajah kita ke barat atau ke timur dalam shalat (Naufal,2019).

Islamic Social Reporting pertama kali dikemukakan oleh Ross Hanifa pada tahun 2002. *Islamic Social Reporting* 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). ISR juga menekankan pada keadilan sosial terkait mengenai lingkungan, hak minoritas, dan karyawan. Menurut islam. Bahwa manusia berhak mengetahui berbagai informasi mengenai aktivitas suatu organisasi. Hal ini dilakukan untuk meninjau apakah perusahaan melakukan kegiatan sesuai syariah islam dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu pengungkapan *Islamic Social Reporting* sangat ditekankan menjadi salah satu cara untuk melakukan pengungkapan penuh yang sesuai konteks Islam.

Ada dua hal yang harus diungkapkan dalam perspektif Islam, yaitu: pengungkapan penuh (*full disclosure*) dan akuntabilitas sosial (*social accountability*). Konsep akuntabilitas sosial terkait dengan prinsip pengungkapan penuh dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan publik akan suatu informasi.

Adapun tujuan dari *social reporting* dalam perspektif Islam menurut Haniffa (2002) adalah sebagai berikut

1. Sebagai bentuk akuntabilitas kepada Allah SWT dan masyarakat.

Bentuk akuntabilitas itu sendiri dijelaskan lagi sebagai berikut:

Bentuk Akuntabilitas:

- 1) Menyediakan produk yang halal dan baik;
- 2) Memenuhi hak-hak Allah dan masyarakat;
- 3) Mengejar keuntungan yang wajar sesuai dengan prinsip Islam;

- 4) Mencapai tujuann usaha bisnis;
 - 5) Menjadi karyawan dan masyarakat;
 - 6) Memastikan kegiatan usaha yang berkelanjutan secara ekologis;
 - 7) Menjadikan pekerjaan sebagai bentuk ibadah.
2. Meningkatkan transparansi kegiatan bisnis dengan menyajikan infomasi yang relevan dengan memperhatikan kebutuhan spiritual inestor muslim atau kepatuhan syariah dalam pengambilan keputusan.

Transparansi itu sendiri dijelaskan lagi lebih rinci sebagai berikut:

Bentuk Transparansi:

- 1) Memberikan informasi mengeni semua kegiatan halal dan haram dilakukan
- 2) Memberikan informasi yang relevan mengenai pembiayaan dan kebijakan investasi;
- 3) Memberikan infomrasi yang relevan mengenai kebijakan karyawan;
- 4) Memberikan informasi yang relevan mengenai hubungan dengan masyarakat;
- 5) Memberikan informasi yang relevan mengenai penggunaan sumber daya dan perlindungan lingkungan.

2.1.4.2 Indikator Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR)

Menurut Fitria dan Hartanti (2010), mengelompokkan Indeks ISR menjadi enam indikator pengungkapan yang masing-masing terdapat berbagai item, yaitu:

1. Investasi dan Keuangan

Item yang termasuk dalam indikator investasi dan keuangan adalah mengenai sumber dana untuk aktivitas investasi dan pembiayaan yang terbebas dari unsur riba, gharar, dan transaksi yang diharamkan oleh Islam, serta item mengenai kebijakan organisasi untuk menangani nasabah yang bermasalah.

2. Produk dan Jasa

Indikator kedua pada indeks ISR yaitu mengenai produk dan jasa. Item-item pada indikator ini pengungkapan terhadap complain atau keluhan nasabah. Dalam konteks perbankan syariah, maka status kehalalan produk dan jasa baru yang digunakan adalah melalui opini yang disampaikan oleh DPS.

3. Tenaga Kerja

Pada indeks ISR item-item indikator ini tetap menekankan pada prinsip-prinsip Islam yang meliputi karakteristik pekerja, pendidikan dan pelatihan dan persamaan kesempatan.

4. Masyarakat

Indicator masyarakat merupakan indicator yang sangat penting karena sangat berhubungan dengan konsep tanggung jawab sosial. Item dalam indicator ini meliputi sedekah, wakaf, dan qard.

5. Lingkungan

Konsep yang mendasari tema ini adalah mizan, i'tidal, khilafah, dan akhirah. Konsep-konsep tersebut menekankan pada prinsip keseimbangan, kesederhanaan, dan tanggung jawab dalam menjaga lingkungan. Islam mengajarkan umatnya untuk senantiasa menjaga, memelihara, dan meletstarikan bumi. Informasi yang diungkapkan dalam tema lingkungan diantaranya adalah konservasi lingkungan hidup, tidak membuat polusi lingkungan hidup, Pendidikan mengenai lingkungan hidup, penghargaan di bidang lingkungan hidup, dan sistem manajemen lingkungan.

6. Tata Kelola Perusahaan

Tema ini tidak bisa dipisahkan oleh perusahaan karena guna memastikan pengawasan pada aspek syariah perusahaan. Informasi yang diungkapkan dalam tema kelola perusahaan adalah status kepatuhan terhadap syariah, rincian nama dan profil direksi, DPS dan komisaris, laporan kinerja komisaris, DPS, dan direksi, kebijakan remunerasi komisaris, DPS, dan direksi, laporan pendapatan dan penggunaan dana non halal, laporan perkara hukum, struktur kepemilikan saham, kebijakan anti korupsi, dan anti terorisme.

Tabel 0.2
Indicator Pengungkapan Islamic Social Reporting
Berdasarkan ISR Indeks

No	Deskripsi
Pendanaan dan Investasi	
1	Kegiatan yang mengandung Riba (contoh: Beban bunga & pendapatan bunga)
2	Kegiatan yang mengandung ketidakjelasan (ghahar) (hedging, future non delivery trading, margin trading, arbitrage baik seperti spot ataupun forward)
3	Zakat (jumlahnya dan penerimaan zakatnya)
4	Kebijakan atas keterlambatan pembayaran tertunda dan ketidakmampuan klien untuk membayar piutang/penghapusan hutang tak tertagih
5	Pernyataan nilai tambah Value Added Statement (VAS)
6	Neraca Saldo atas Nilai Kini (CVBS)
Produk dan Jasa	
7	Produk yang ramah lingkungan
8	Status kehalalan produk
9	Kualitas dan keamanan suatu produk
10	Pelayanan atas keluhan konsumen
Karyawan	
11	Sifat Pekerjaan : jam kerja, libur, dan keuntungan lainnya
12	Pendidikan dan pelatihan karyawan (pengembangan sumber daya manusia)

13	Kesetaraan hak antara karyawan
14	Keterlibatan karyawan dalam diskusi manajemen, pengambilan keputusan dan kegiatan operasional perusahaan
15	Kesehatan dan keselamatan kerja karyawan
16	Lingkungan kerja
17	Karyawan dari kelompok khusus lainnya (cacat fisik, mantan narapidana, atau mantan pengguna narkoba)
18	Pejabat tinggi/karyawan tingkat atas di perusahaan melaksanakan ibadah bersama-sama dengan manajer/karyawan tingkat menengah dan rendah
19	Karyawan muslim diperbolehkan menjalankan ibadah di waktu-waktu shalat dan berpuasa di bulan Ramadhan pada hari kerja mereka
20	Tempat ibadah yang memadai bagi karyawan
Masyarakat	
21	Shadaqah/pemberian donasi/sumbangan atas kegiatan amal atau kegiatan sosial (sumbangan bencana alam)
22	Waqaf
23	Pinjaman untuk kebaikan (Qard hasan)
24	Kegiatan sukarela karyawan
25	Pemberian beasiswa sekolah
26	Perekrutan kerja para lulusan sekolah/kuliah
27	Pengembangan/pembangunan tunas muda
28	Peningkatan kualitas hidup masyarakat (pemberdayaan ekonomi)

29	Kepedulian terhadap anak-anak (yatim piatu)
30	Kegiatan amal/bantuan/kegiatan sosial lainnya
31	Mensponsori kegiatan Kesehatan masyarakat/projek/rekreasi/olahraga atau budaya
Lingkungan	
32	Konservasi lingkungan hidup
33	Kegiatan yang tidak membuat polusi lingkungan hidup (pengelolaan limbah, pengurangan emisi, dan lain-lain)
34	Pendidikan mengenai lingkungan hidup
35	Pemanfaatan limbah sekitar perusahaan yang diolah Kembali menjadi suatu produk baru
36	Perlindungan terhadap masyarakat
37	Audit lingkungan/ Pernyataan verifikasi independent atau penghargaan/sertifikasi dari lembaga
38	System manajemen lingkungan
Tata Kelola Perusahaan	
39	Status kepatuhan terhadap syariah
40	Struktur kepemilikan saham
41	Struktur dewan komisaris
42	Aktivitas yang dilarang : praktik monopoli, penimbunan barang, manipulasi harga, praktik kecurangan bisnis dan perjudian)
43	Kebijakan anti korupsi

Sumber : Othman et.al

2.1.4.3 Metode Pengungkapan Islamic Social Reporting

Pengungkapan *Islamic Social Reporting* diukur menggunakan metode analisis isi (*content analysis*). *Content analysis* adalah suatu metode dengan etknik observasi yang bertujuan untuk menganalisis isi (pesan) dari suatu dokumen. *Content analysis* dilakukan terhadap 48 item pengungkapan yang ada pada laporan tahunan Bank Syariah. Dalam penilaiannya, setiap item yang diungkapkan/disebut akan beri nilai 1, dan nilai 0 untuk item yang tidak diungkapkan. Ketika pemberian nilai telah selesai dilakukan, kemudian dijumlahkan baik menurut masing-masing tema maupun secara keseluruhan.

Menurut Muhammad Yusuf Yasir (2017:60) pengungkapan *Islamic Social Reporting* dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ICSRI_j = \sum \frac{X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

ICSRI_j : *Islamic Corporste Social Responsibility Index* perusahaan

X_{ij} : Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan

n_j : Total item yang harus diungkapkan perusahaan

Adapun menurut Othman *et.al* (2009) rumus pengungkapan *Islamic Social Reporting* adalah sebagai berikut:

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

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengukuran untuk pengungkapan *Islamic Social Reporting* adalah rumus *Islamic Corporate Social Responsibility index* perusahaan (ICSRI)

Tabel 0.3
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Rohana Othman, Azlan Md Thani dan Erlane. K. Ghani (2009)	<i>Determinants of Islamic Social Reporting Disclosure Among Top Shariah-Approved Companies in Bursa Malaysia</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: <ul style="list-style-type: none"> - Ukuran Perusahaan secara signifikan berpengaruh terhadap <i>Islamic Social Reporting</i>. - Profitabilitas secara signifikan berpengaruh terhadap <i>Islamic Social Reporting</i>. - <i>Board Composition</i> secara signifikan berpengaruh terhadap <i>Islamic Social Reporting</i>. - Tipe industri tidak berpengaruh terhadap <i>Islamic Social Reporting</i>
2	Tri Puji Astuti (2014)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> (Studi Empiris pada Bank Syariah Indonesia 2007-2012)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <ul style="list-style-type: none"> - Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> - <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> - Profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i>

3	Febry Ramadhani (2016)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Ukuran Dewan Pengawas Syariah terhadap Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> (Studi Empiris pada Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2010-2014)	Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa: - Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> - <i>Leverage</i> berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> - Ukuran Dewan Pengawas Syariah berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> - Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i>
4	Ari Kristin Prasetyoningrum (2018)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Efisiensi Biaya dan Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> Pada Perbankan Syariah di Indonesia	Hasil Penelitian menyimpulkan bahwa: - Umur Perusahaan signifikan berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> . - Ukuran Perusahaan tidak signifikan berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> . - Profitabilitas tidak signifikan berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> . - Likuiditas tidak signifikan berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> . - Efisiensi Biaya Perusahaan (BOPO) tidak signifikan

			berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> . Secara simultan Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, Efisiensi Biaya dan Umur Perusahaan tidak signifikan berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> .
5	Yentisna dan Alfin Alvian (2019)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan <i>Leverage</i> Terhadap <i>Islamic Social Reporting</i> pada Bank Umum Syariah di Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: <ul style="list-style-type: none"> - Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap ISR. - Likuiditas (FDR) tidak berpengaruh terhadap ISR. - <i>Leverage</i> (DER) berpengaruh negatif terhadap ISR.
6	Rita Rosiana, Bustanul Arifin dan Muhamad Hamdani (2015)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan <i>Islamic Governance Score</i> terhadap	Hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut: <ul style="list-style-type: none"> - Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara <i>size</i> terhadap pengungkapan <i>islamic social reporting</i>. - Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara profitabilitas terhadap pengungkapan <i>islamic social reporting</i>.

		<p>Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> (Studi Empiris pada Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2010-2012)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara <i>leverage</i> terhadap pengungkapan <i>islamic social reporting</i>. - Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara <i>islamic governance score</i> terhadap pengungkapan <i>islamic social reporting</i>.
7	Puji Lestari (2013)	<p><i>Determinants Of Islamic Social Reporting In Syariah Banks: Case Of Indonesia</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan ISR - Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap tingkat ISR - Umur Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat ISR - Proporsi Dewan Komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat ISR
8	Intan Gestari (2014)	<p>Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> pada Bank Umum Syariah di Indonesia</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa :</p> <ul style="list-style-type: none"> - UDK, KDKI, FRKA dan FRDPS berpengaruh positif terhadap pengungkapan ISR. - FRDK, UKA, UDPS, KA, dan ROA tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR.

9	<p>Arif Hussain, Muhammad Khan, Alam Reman, Shehnaz Sahib Zada, Shumaila Malik, Asiya Khattak, dan Hassan Khan (2020)</p>	<p><i>Determinants of Islamic Social Reporting in Islamic Banks of Pakistan</i></p>	<p>Hasil penelitian yang dilakukan menjelaskan bahwa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Umur Perusahaan, <i>Board Size</i> berpengaruh signifikan terhadap ISR - <i>Board Composition</i> tidak berpengaruh terhadap ISR
10	<p>Arif Lukman Santoso (2017)</p>	<p>Determinan Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> pada Bank Umum Syariah di Indonesi</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Variabel ROA memiliki nilai tidak signifikan terhadap pengungkapan ISR.
11	<p>Priyesta Rizkiningsih (2012)</p>	<p>Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> (Studi Empiris pada Bank-bank Syariah di Indonesia, Malaysia, dan Negara-negara <i>Gulf Cooperation</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa:</p> <p>Profitabilitas secara signifikan berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Islamic social reporting</i></p>

		<i>Council</i>)	
12	Ali Rama (2014)	Analisis Determinan Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> : Studi Kasus Bank Umum Syariah di Indonesia	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa: <ul style="list-style-type: none"> - Ukuran Bank berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan ISR. - Umur Bank, ROA, dan DAR tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)

Syamrilaode (2011) berpendapat bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Oleh karena itu, perusahaan akan lebih termotivasi dalam mengungkapkan informasi yang lebih rinci dalam laporan tahunan.

Adanya hubungan yang positif antara profitabilitas dan pengungkapan laporan pertanggungjawaban sosial dapat dilihat dari banyaknya bank-bank yang semakin meingkat keuntungan maka semakin besar biaya yang akan dikeluarkan untuk membuat pengungkapan laporan tanggungjawab sosial lebih luas.

Menuurt Othman *et.al* (2009) bahwa:

“The result of profitability is found to be significant. That when the rate of return is high, managers are motivated to disclose detailed information in order to support the continuance of their position and remuneration. Inverserly, when the rate o return is low, they may disclose less information in order to conceal the reason for losses or

declining profit. Therefore, the more profitable firms tend to disclose more Islamic Social Reporting.

Hasil menunjukkan profitabilitas berpengaruh signifikan. Bahwa Ketika tingkat pengembalian tinggi, maka manajer termotivasi untuk mengungkapkan informasi yang terperinci. Sebaliknya, Ketika tingkat pengembalian rendah, manajer mungkin akan mengungkapkan informasi yang lebih sedikit untuk menyembunyikan alasan kerugian atau penurunan laba. Oleh karena itu, perusahaan yang lebih menguntungkan cenderung untuk mengungkapkan *Islamic Social Reporting* yang lebih luas.”

Menurut Horne dan Wchowichs (2013) bahwa:

“Semakin tinggi nilai ROA maka perusahaan memiliki peluang yang besar pula untuk meningkatkan pertumbuhannya. Semakin banyak keuntungan yang diperoleh suatu perusahaan tersebut maka perusahaan dapat menanggung biaya yang lebih tinggi untuk membuat pengungkapan laporan sosial yang lebih luas.”

Menurut Yentisna dan Alfin Alvian (2019) mengatakan bahwa:

“Bank pada posisi menguntungkan akan cenderung melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas dalam laporan tahunannya. Bank dengan profitabilitas tinggi membuat manajemen memiliki kebebasan dan kemudahan untuk menyatakan program tanggung jawab sosialnya yang luas kepada para *stakeholders*. Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. Pelaporan tanggung jawab sosial sesuai dengan prinsip syariah, dengan menjadikan aspek spiritual sebagai fokus utama dalam pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan.”

Menurut Febry Ramadhani (2016) bahwa:

“Perusahaan dengan profit yang tinggi akan melakukan pengungkapan *Islamic Social Reporting* sebagai bentuk akuntabilitas dan transparansi kepada para pemilik modal atas dana-dana yang telah diinvestasikan. Perusahaan melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial tidak hanya menjelaskan mengenai apa saja tindakan perusahaan yang dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan, tetapi juga pengungkapan mengenai apakah bahwa Tindakan operasional, transaksi dan praktik yang dilakukan perusahaan telah sesuai dengan syariah islam.”

Menurut Rusdianto (2013:45) bahwa:

“Kegiatan perusahaan dapat menimbulkan dampak sosial dan lingkungan, sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah suatu alat manajerial yang dipergunakan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan. selain itu, sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan perusahaan baik dalam pengaruh yang baik atau pengaruh buruk. Ketika memiliki tingkat laba (profitabilitas) yang tinggi, maka perusahaan akan meningkatkan pengungkapan pertanggung jawaban sosial supaya para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan.”

2.2.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)*

Menurut Febry Ramadhani (2016) perusahaan besar biasanya melakukan aktivitas yang lebih banyak dan memiliki dampak yang besar terhadap para *stakeholdersnya*. Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* terhadap informasi yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang berukuran lebih kecil. Hal ini disebabkan banyaknya jumlah *stakeholders* pada bank syariah adalah mayoritas beragama islam yang pastinya memerlukan kebutuhan pemenuhan informasi kegiatan yang ada pada tempat mereka berinvestasi.

Pada dasarnya, semakin besar suatu perusahaan akan semakin disorot oleh para *stakeholders*, masyarakat atau lingkungan sekitar. Dengan kondisi tersebut maka perusahaan harus melakukan upaya yang lebih besar untuk memperoleh legitimasi dalam rangka menciptakan keselarasan nilai-nilai sosial dari kegiatannya dengan norma perilaku yang ada dalam masyarakat.

Menutu Rusdianto (2013:44) menyebutkan bahwa:

“Ukuran suatu perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Secara umum dapat diartikan bahwa perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Ukuran perusahaan ini merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan.”

Andreas Tan *et.al* (2016) mengatakan bahwa :

“Large companies are expected to reveal broader CSR information to describe the company concern, thus legitimizing the existence of the company.”

Perusahaan besar diharapkan untuk mengungkapkan informasi CSR yang lebih luas untuk menggambarkan kepedulian perusahaan, sehingga melegitimasi keberadaan perusahaan.”

Adikara (2011) menyatakan bahwa:

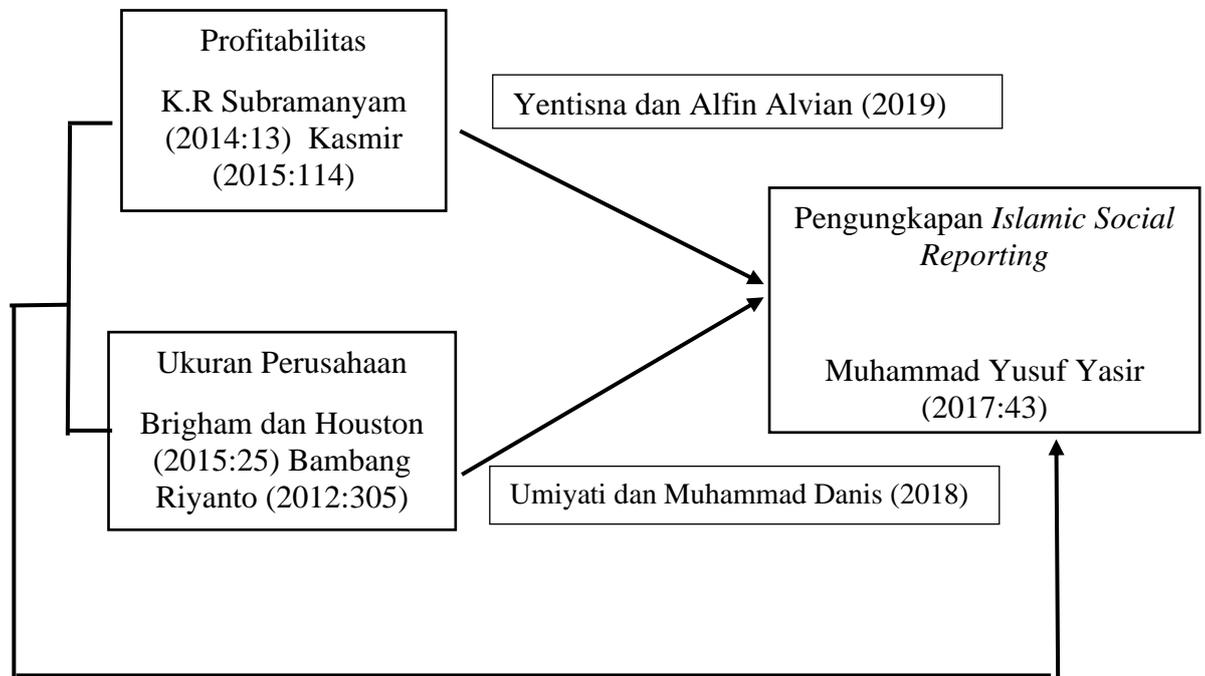
“Ukuran perusahaan merupakan variabel peduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Ukuran perusahaan digunakan untuk menentukan perusahaan tersebut dikategorikan kedalam perusahaan kecil atau berskala besar. Memprediksi ukuran perusahaan dapat terlihat luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan.”

Menurut Rita, Bustanul dkk (2015) membuktikan bahwa:

“Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Hal ini berarti bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka pengungkapan sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan akan semakin meningkat.”

Menuru Umiyati dan Muhammad Danis (2018) membuktikan bahwa:

- “Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *Islamic Social Reporting*. Bank syariah yang memiliki total asset tinggi akan melakukan tanggung jawab sosial secara syariah lebih luas dibandingkan dengan bank syariah yang memiliki total asset lebih rendah. Hal ini dikarenakan sumber dana yang digunakan untuk melakukan aktivitas tanggungjawab sosial juga lebih banyak.”



Gambar 0.1
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pembahasan diatas, maka hipotesis yang sesuai dengan judul penelitian “Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*”, adalah:

Hipotesis 1: “Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*.”

Hipotesis 2: “Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*.”

Hipotesis 3: “Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*.”