

**PENGARUH ISLAMIC SOCIAL REPORTING,
KINERJA SOSIAL DAN UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN
YANG TERDAFTAR DALAM JAKARTA ISLAMIC
INDEX TAHUN 2021-2023**

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai derajat Sarjana S1

Program Studi Akuntansi



Disusun Oleh :

Anta Nurun Fauqonur

Nim : 31402000192

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEMARANG
2024**

**PENGARUH ISLAMIC SOCIAL REPORTING,
KINERJA SOSIAL DAN UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN
YANG TERDAFTAR DALAM JAKARTA ISLAMIC
INDEX TAHUN 2021-2023**

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai derajat Sarjana S1

Program Studi Akuntansi



Disusun Oleh :

Anta Nurun Fauqonur

Nim : 31402000192

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEMARANG
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH ISLAMIC SOCIAL REPORTING, KINERJA SOSIAL DAN
UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PROFITABILITAS
PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DALAM JAKARTA ISLAMIC
INDEX TAHUN 2021-2023**

Disusun Oleh :

Anta Nurun Fauqonur

Nim : 31402000192

Telah mendapat pengesahan oleh pembimbing
dan selanjutnya diajukan dihadapan sidang
panitia ujian Skripsi Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan
Agung Semarang

Semarang, 11 Oktober 2024

Pembimbing



Dr. Zaenal Alim Adiwijaya, SE, M.Si, Akt., CA

NIDN: 0628106702

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH ISLAMIC SOCIAL REPORTING, KINERJA SOSIAL DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DALAM JAKARTA ISLAMIC INDEX TAHUN 2021-2023

Disusun Oleh :
Anta Nurun Fauqonur
Nim : 31402000192

Telah di pertahankan di depan penguji pada tanggal

11 November 2024

Susunan Dewan Penguji



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi tanggal 10 Maret 2025



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Anta Nurun Fauqonur

NIM : 31402000192

Program Studi : S1 Akuntansi

Fakultas : Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Judul Skripsi : **PENGARUH ISLAMIC SOCIAL REPORTING, KINERJA SOSIAL DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DALAM JAKARTA ISLAMIC INDEX TAHUN 2021-2023**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil/karya sendiri dan tidak sama sekali bermaksud melakukan plagiasi terhadap karya ilmiah yang dilakukan oleh peneliti lainnya. Sebagainya didalam penelitian ini juga terdapat kutipan-kutipan penelitan terdahulu dengan mencantumkan nama peneliti. Apabila kemudian hari terbukti bahwa ini adalah hasil dari plagiasi, maka saya siap untuk menerima konsekuensi yang diberikan sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Semarang, 10 Oktober 2024

Saya yang menyatakan,



Anta Nurun Fauqonur
NIM :31402000192

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anta Nurun Fauqonur
Nim : 31402000192
Program Studi : S1 Akuntansi
Fakultas : Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang
Alamat Asal : Jl. Widuri 2, 05/05, Bangetayu Kulon, Genuk, Kota Semarang
No. HP/E-mail : 085321067514 / antanf26@gmail.com

Dengan ini menyatakan karya ilmiah berupa ~~Tugas Akhir/Skripsi/Disertasi~~ dengan judul: **“PENGARUH ISLAMIC SOCIAL REPORTING, KINERJA SOSIAL DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DALAM JAKARTA ISLAMIC INDEK TAHUN 2021-2023”** dan menyetujui untuk menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung Semarang serta memberikan Hak Bebas Royalty Non-Eksklusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama mencantumkan nama penulis sebagai Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka saya siap menerima konsekuensi yang berlaku tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang. 10 Maret 2025



Anta Nurun Fauqonur

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

- Jangan pernah menyerah, selalulah bangkit dan hadapi jalanmu, karena disetiap rintangan ada jalan dan kemudahan serta Allah akan selalu bersama hamba-hambanya yang terus berjuang di jalannya demi masa depan yang baik.

PERSEMBAHAN:

- Allah SWT yang telah senantiasa memberikan Rahmat dan Ridho-Nya, serta memberikan jalan dan petunjuk yang terbaik hingga saat ini.
- Ibu, Ayah dan Kakak yang selalu mendukung dan mendoakan tanpa lelah dan balasan.
- Dosen Pembimbing, dosen pengajar dan pihak kampus yang selalu senantiasa memberikan bantuan dan petunjuk hingga dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.
- Teman-teman yang selalu memberikan motivasi dan semangat hingga kini.

ABSTRAK

Pengaruh *Islamic Social Reporting*, Kinerja Sosial dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Jakarta Islamic Index Tahun 2021-2023

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti dan mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi profitabilitas suatu perusahaan. Variable Independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas. Variable Dependen yang di pakai adalah *Islamic Social Reporting*, Kinerja Sosial dan Ukuran perusahaan untuk mengetahui apakah ke-tiga variable dependen tersebut mempengaruhi tingkat profitabilitas perusahaan. Populasi dan sample yang digunakan didalam penelitian adalah perusahaan yang terdaftar dalam Jakarta Islamic Index tahun 2021 sampai 2023 yang terdiri dari 10 (sepuluh) sampel perusahaan yang diambil. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan bantuan pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa, *Islamic Social Reporting* tidak terdapat pengaruh signifikan tingkat profitabilitas. Sedangkan kinerja sosial dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index tahun 2021-2023.

Kata Kunci: Profitabilitas, *Islamic Social Reporting*, Kinerja Sosial, Ukuran Perusahaan, Jakarta Islamic Index.

ABSTRACT

The Influence of Islamic Social Reporting, Social Performance and Company Size on the Profitability of Companies Listed in the Jakarta Islamic Index for 2021-2023

The purpose of this study is to research and determine the factors that can influence the profitability of a company. The independent variable in this research is profitability. The dependent variables used are Islamic Social Reporting, Social Performance and company size to find out are these three dependent variables influence the company's level of profitability. The population and sample used in this study are companies that listed in Jakarta Islamic Index for 2021 to 2023, consisting from ten company sample's. The method used in this study is quantitative research and the data analysis used is descriptive analysis assisted by data processing using the SPSS application. The results of this study state that Islamic Social Reporting does not have a significant influence on the level of profitability. While, social performance and company size have a significant influence on the profitability of companies listed on the Jakarta Islamic Index in 2021-2023.

Key Word: Profitability, Islamic Social Reporting, Social Prefomance, Company Size, Jakarta Islamic Index

INTISARI

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menilai beberapa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Penulis ingin mengetahui dari ke-tiga variable ini antara lain, islamic social reporting, kinerja sosial dan ukuran perusahaan apakah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat profitabilitas perusahaan.

Ketiga variabel diatas dan pengaruhnya terhadap profitabilitas telah diteliti oleh beberapa peneliti dengan populasi dan sample yang berbeda-beda dengan variabelnya masing-masing, namun hasil pendapat dari setiap penelitian menghasilkan pendapat yang berbeda-beda. Data penelitian ini menggunakan data sekunder dan teknik pengambilan sampel yang dilakukan menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 10 perusahaan yang terdaftar dalam Jakarta Islamic Index tahun 2021-2023. Teknik analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi berganda yang di bantu olah dengan menggunakan aplikasi SPSS.

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka hasil diperoleh dapat disimpulkan bahwa islamic social reporting tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan kinerja sosial dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas perusahaan yang terdaftar dalam Jakarta islamic index tahun 2021-2023.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang yang telah memberikan rahmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul **“PENGARUH ISLAMIC SOCIAL REPORTING, KINERJA SOSIAL DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DALAM JAKARTA ISLAMIC INDEX TAHUN 2021-2023”**. Skripsi yang disusun penulis guna memenuhi sebagai salah satu syara mencapai derajat Sarjana S1 Program Studi Akuntansi.

Penulis juga menyadari bahwa usulan skripsi yang disusun ini dapat diselesaikan berkat berbagai dukungan, motivasi, semangat dan dorongan dari berbagai pihak. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua Orang Tua saya beserta seluruh keluarga yang selalu mendoakan, membantu, dan memberikan mendukung sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini dengan sebaik mungkin.
2. Bapak DR. Zaenal Alim Adiwijaya, SE, M.Si, Akt., CA selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan bimbingan sehingga penulis mampu menyelesaikan dan menyusun skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Akuntansi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis sehingga dapat bermanfaat di dalam penyusunan skripsi ini.

4. Teman-teman saya semua yang selalu membantu dan mendukung penulis sepenuhnya dalam menyusun skripsi ini dengan baik.

Kesempurnaan hanya milik Allah SWT semata dan penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan dalam ilmu pengetahuan yang penulis miliki. Maka dari itu penulis selalu mengharapkan kritik dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik lagi.

Semarang, 10 Oktober 2024

Penulis



Anta Nurun Fauqonur
NIM :31402000192

DAFTAR ISI

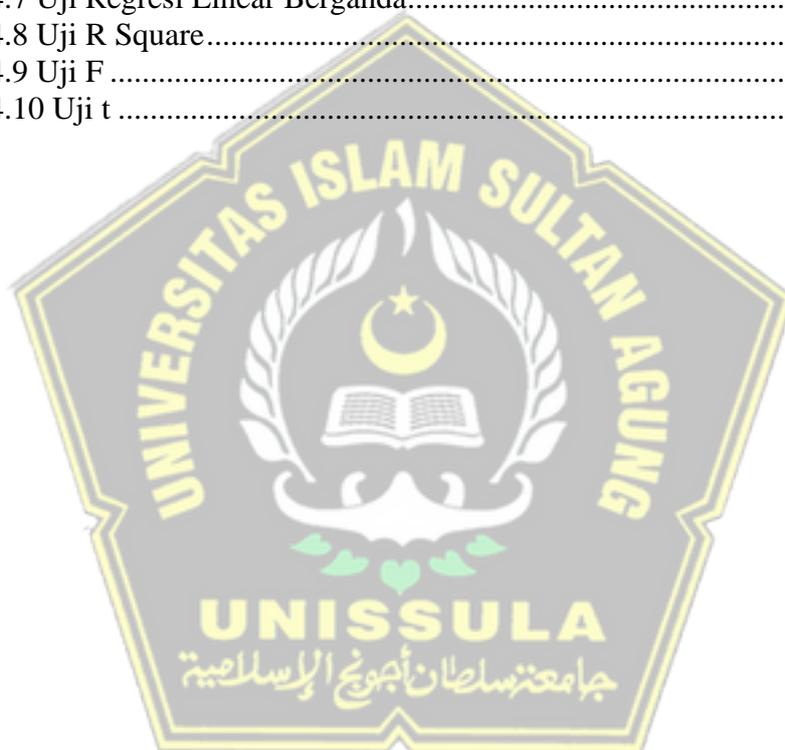
JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
INTISARI.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Pertanyaan Penelitian	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori.....	15

2.1.1.	Legitimacy Theory	15
2.1.2.	Stakeholder Theory	16
2.1.3.	Profitabilitas	18
2.1.4.	Islamic Social Reporting	20
2.1.5.	Kinerja Sosial	27
2.1.6.	Ukuran Perusahaan	30
2.1.7.	Jakarta Islamic Index (JII)	32
2.1.8.	Penelitian terdahulu	33
2.2	Pengembangan Hipotesis	36
2.2.1	Pengaruh Islamic Social Reporting terhadap profitabilitas	36
2.2.2	Pengaruh kinerja sosial terhadap profitabilitas perusahaan	37
2.2.3	Pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan ..	39
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritik	40
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1	Jenis Penelitian	41
3.2	Jenis dan Sumber Data	41
3.3	Populasi dan Sampel	42
3.4	Metode Pengumpulan Data	43
3.5	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	43
3.5.1	Variabel Dependen	44
3.5.2	Variabel Independen	44
3.6	Analisis Data	48
3.6.1	Analisis Deskriptif	48
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	49
3.6.3	Uji Regresi Berganda	53
3.6.4.1	Uji Signifikan Simultan (Uji-F)	54
3.6.4.2	Uji Signifikan Parsial (Uji-t)	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		56
4.1	Deskripsi Data	56
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian	56

4.2	Hasil Analisis Data	57
4.2.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	57
4.3	Uji Asumsi Klasik	58
4.3.1	Uji Normalitas	58
4.3.2	Uji Multikolinieritas	58
4.3.3	Uji Heterokeditas.....	59
4.3.4	Uji Autokorelasi	60
4.4	Model Regresi Linear Berganda.....	61
4.5	Uji Hipotesis.....	62
4.5.1	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	62
4.5.2	Uji F	63
4.5.3	Uji T.....	64
4.6	Pembahasan	65
4.6.1	Pengaruh <i>Islamic Social Reporting</i> terhadap Profitabilitas Perusahaan	65
4.6.2	Pengaruh Kinerja Sosial Terhadap Profitabilitas Perusahaan	66
4.6.3	Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan.....	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		68
5.1	Simpulan.....	68
5.2	Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....		70
LAMPIRAN		72

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Penelitian Terdahulu	34
Table 3.1 Item-item pengungkapan <i>Islamic Social Reputing (ISR)</i>	45
Table 4.1 Perusahaan Sampel Terdaftar JII 2021-2023	56
Table 4.2 Statistik Deskriptif	57
Table 4.3 Uji Normalitas	58
Table 4.4 Uji Multikolinearitas	59
Table 4.5 Uji Heterokedastisitas	60
Table 4.6 Uji Autokorelasi	60
Table 4.7 Uji Regresi Linear Berganda	61
Table 4.8 Uji R Square	63
Table 4.9 Uji F	63
Table 4.10 Uji t	64



BAB I

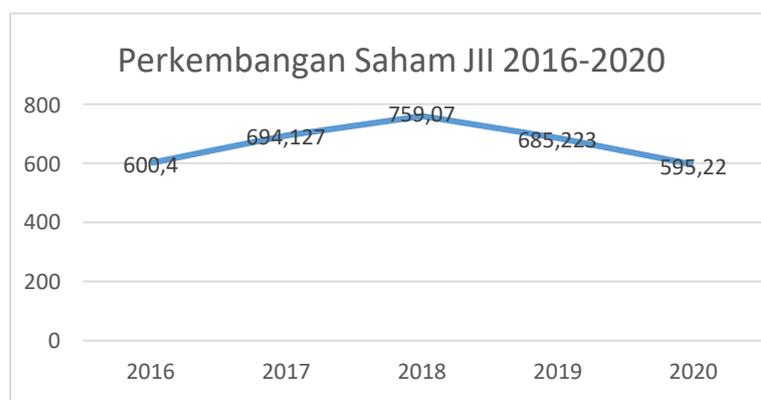
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dalam dunia ekonomi sekarang telah tumbuh pesat dengan berbagai variasinya. Peningkatan-peningkatan mutu ekonomi sebuah perusahaan juga dapat didasari oleh banyak faktor yang mampu memberikan pengaruh cukup signifikan terhadap kesejahteraan sebuah perusahaan. Sekarang ini perkembangan dalam perekonomian juga dapat didasari oleh banyak faktor dan hukum sehingga mampu meningkatkan mutu ekonomi sebuah perusahaan dan juga perkembangan dalam perekonomian dan meningkatkan perhatian masyarakat kepada suatu perusahaan, lembaga, maupun institusi. Pasar modal merupakan salah satu sumber wadah pembiayaan (jangka panjang) bagi suatu perusahaan sekaligus memungkinkan alokasi sumber dana secara optimal. Pasar modal merupakan pasar untuk berbagai instrument keuangan jangka panjang yang dapat diperjual belikan, baik surat utang, ekuitas, reksadana, instrument derivatif maupun instrument lainnya (Martalena & Malinda, 2011). Pasar modal sendiri memiliki peranan penting bagi perekonomian karena menjadi wadah dana bagi perusahaan dan para investor dalam menanamkan modal sehingga hal ini agak menjadi roda pemutar perkembangan perusahaan yang secara langsung memberikan dampak ekonomi. Pasar modal sendiri sekarang ini juga telah mengalami berbagai perkembangan dan berbagai jenis salah satunya pasar modal syariah. Pasar modal

syariah sendiri merupakan pasar modal yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip islam dimana ini merupakan bagian dari industri keuangan syariah yang diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Jakarta Islamic Index (JII) merupakan wadah pasar modal syariah di Indonesia dan tercatat dalam Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan-perusahaan yang terdaftar dalam Jakarta Islamic Index merupakan 30 perusahaan dengan saham paling liquid berbasis syariah. Saham-saham syariah yang tergabung kedalam JII merupakan saham yang telah diseleksi berdasarkan kriteria dari OJK dan BEI. Perusahaan yang terdaftar ke dalam JII sendiri sudah dapat dipastikan memiliki kegiatan operasional yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah, sehingga memiliki peluang besar bagi investor muslim yang memiliki minat untuk berinvestasi dalam perusahaan tersebut. *Jakarta Islamic Index* memiliki tujuan untuk menambah kepercayaan investor muslim dalam berinvestasi pada perusahaan yang sesuai syariat islam. Selain itu perusahaan yang masuk ke dalam komponen JII harus sesuai dengan syariah islam dan memiliki nilai saham tertinggi di antara perusahaan syariah lainnya. Perkembangan kinerja saham syariah dalam setiap tahun dapat mengalami kenaikan dan penurunan setiap saham dibuka.



Pada tahun 2016 indeks saham di JII mencapai 600,4000 dan pada tahun berikutnya selalu mengalami fluktuasi. Pada tahun 2017 saham JII mengalami peningkatan menjadi 694,1270 dan pada tahun 2018 meningkat menjadi 759,0700 dan mengalami penurunan pada 2019 menjadi 685,2230 (Sumber: idx.co.id & Kontan.co.id). Hal ini mampu menjadi penanda bahwa perusahaan yang terdaftar didalam *Jakarta Islamic Index* selalu berusaha menjaga kualitas dan kinerja agar mampu mendorong perusahaan mereka dan meningkatkan value perusahaan dihadapan masyarakat dan juga berusaha untuk menjaga kesehataeraan dan kinerja perusahaannya salah satunya dari sisi profitabilitasnya. Dengan banyaknya fluktuasi baik perkembangan maupun penurunan setiap tahunnya dan banyaknya dipengaruhi oleh faktor ekonomi lain hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang terdaftar dalam *Jakarta Islamic Index* memiliki tingkat kinerja yang bagus dan tetap mencoba menjaga hal tersebut. Dengan kenaikan dan penurunan fluktuasi harga tentunya hal ini mungkin akan memberikan pengaruh terhadap profitabilitas baik dalam usaha untuk meningkatkannya maupun mempertahankannya. Indeks *Jakarta Islamic Index* sendiri merupakan indeks yang melakukan pengukuran kinerja dari 30 saham syariah paling likuid yang memiliki kinerja keuangan yang sehat serta likuiditas yang tinggi dan memiliki profitabilitas yang tinggi (www.idx.co.id). Profitabilitas sendiri dapat dipengaruhi oleh banyak faktor dari selain berjalannya operasi perusahaan. Faktor luar yang secara umum mampu mempengaruhi profitabilitas sendiri juga dapat didasari oleh pengaruh lingkungan sekitar dan pihak-pihak yang berkepentingan. Profitabilitas perusahaan yang terdaftar dalam *Jakarta Islamic Index* sudah tidak diragukan sendiri memiliki nilai

yang tinggi, namun bagaimana dan aspek apa saja yang dapat mempengaruhi profitabilitas tersebut ada banyak. Salah satu hal umum yang mungkin mampu mempengaruhi profitabilitas adalah tanggung jawab sosial perusahaan karena hal ini memicu faktor value dari lingkungan dan masyarakat. Perusahaan dengan kualitas yang besar pun juga mampu mempengaruhi profitabilitas karena dapat terbukti dengan aset yang dimilikinya mampu mempertahankan dan meningkatkan kinerja operasinya. Perusahaan yang terdaftar dalam *Jakarta Islamic Index* yang dipercaya memiliki saham syariah dan sudah diperiksa memiliki kinerja yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah mampu memberikan pertimbangan yang cukup dalam perubahan profitabilitas perusahaannya.

Menurut Gitman, profitabilitas adalah hasil bersih dari sejumlah kebijakan dan keputusan dari perusahaan. Rasio profitabilitas digunakan mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Profitabilitas juga dapat diartikan sebagai rasio yang menggambarkan kemampuan sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba (Rosana, 2014). Semakin tinggi tingkat kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba, maka dapat dinilai perusahaan menjadi lebih baik. Profitabilitas juga memiliki arti penting dalam mempertahankan keberlangsungan hidup jangka panjang perusahaan dikarenakan dari profitabilitas dapat menunjukkan apakah sebuah perusahaan mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang.

Dalam upaya perusahaan memperoleh laba, hal yang umum dilakukan perusahaan adalah dengan melakukan penjualan barang atau jasa. Semakin besar tingkat penjualan barang dan jasa perusahaan, maka laba yang dihasilkan

juga semakin besar. Bukan hanya dalam tingkat volume penjualan namun juga peningkatan dalam profitabilitas ini juga mampu menunjukan perusahaan beroperasi pada tingkat biaya yang rendah dan mampu menghasilkan output yang tinggi. Semakin berkembangnya sebuah perekonomian maka banyak juga tuntutan-tuntuan yang harus dipenuhi oleh sebuah perusahaan yang semakin berkembang pula. Perusahaan diharapkan dapat memperluas informasi-informasi akuntansi yang dapat di ungkapkan dalam laporannya. Pengungkapan CSR sendiri mulai berkembang dengan meningkatnya perhatian dari masyarakat akan perkembangan-perkembangan perusahaan yang kian pesat. Selain itu pengungkapan CSR juga terus berkaitan dengan isu-isu dampak yang di timbulkan perusahaan kepada lingkungan sekitar seperti dampak lingkungan hutan, polusi udara, pencemaran air dan dampak seperti apa yang di timbulkan dan mengakibatkan efeknya ke masyarakat yang terdampak. Wiryanto (2010) memaparkan perkembangan dalam praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia juga mendapat dukungan dari pemerintah dan hal ini dapat diperlihatkan dengan diterbitkan Undang-Undang No.40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang kewajiban perusahaan yang menjalankan usaha dalam bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Keberlanjutan sebuah perusahaan bukan hanya tergantung pada laba perusahaan (profit) saja melainkan juga pada tindakan nyata terhadap karyawan di dalam perusahaan dan masyarakat di luar perusahaan serta lingkungan perusahaan (Friedman, 1982). Konsep CSR seiring dengan perkembangannya jalan terus mengalami perkembangan dan juga mengalami pembaharuan. Konsep CSR sekarang ini tidak hanya berkembang

dalam perekonomian konvensional, tetapi juga berkembang dalam ekonomi yang sejalan dengan syariah Islam. Dalam pandangan Islam, *Corporate Social Responsibility* merupakan penggambaran dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak etika yang sangat mulia. Ihsan adalah pelaksanaan perbuatan baik yang bisa memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapat ridho Allah SWT. Selain itu, CSR sendiri dapat merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam agama Islam dimana Allah SWT adalah pemilik mutlak (*haqiqiya*) sedangkan manusia sebatas pemilik sementara (*temporer*) yang diberi amanah (Darmawati, 2014). Menurut Darmawati (2014) *Corporate Social Responsibility* selaras dengan pandangan Islam tentang manusia yang berhubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosial, dan dapat dipresentasikan dengan empat akisoma yaitu kesatuan (*tauhid*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*) dan tanggung jawab (*responsibility*). Menurut pemaparan Siwar dan Hossain (2009) bahwa didalam nilai-nilai Islam yang dibawa Nabi Besar Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wasallam dapat digunakan sebagai landasan tanggung jawab sosial oleh perusahaan sama seperti yang terdapat dalam perusahaan konvensional. Dalam konsep CSR menurut Islam, hal ini lebih menekankan tanggung jawab sosial sebagai bentuk ketaqwaan umat manusia kepada Allah SWT dan bentuk amal serta kepedulian terhadap sesama serta lingkungan. Dalam penelitian Siwar dan Hossain (2009), disimpulkan bahwa nilai-nilai Islam memiliki hubungan yang relevan dan memiliki kontribusi terhadap konsep CSR yang telah berkembang saat ini.

Perkembangan dalam CSR juga menuntut perkembangan dalam pelaporan dan pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Pengukuran dalam

tanggung jawab sosial juga harus di sesuaikan dengan perkembangan konsep CSR terutama jika CSR yang menganut nilai-nilai dalam Islam didalamnya. Konsep CSR yang sejalan dan menganut prinsip-prinsip Syariah Islam sendiri tidak dapat disamakan dengan pengungkapan pada prinsip konvensional, oleh karena munculnya sebuah konsep akuntabilitas berbasis syariah yaitu *Islamic Social Reporting (ISR)* yang sesuai dengan perspektif Islam. Islamic Social Reporting merupakan salah satu cara pengungkapan terhadap suatu kondisi perusahaan secara penuh dalam konteks Islam (Othman, 2009).

Dalam dunia bisnis saat ini yang menentukan apakah sebuah perusahaan mampu berkembang dan bertahan seiring dengan berjalannya waktu adalah dengan cara bagaimana perusahaan tersebut melakukan kinerjanya dengan baik. Salah satu hal yang dapat melihat dan mengukur bagaimana kinerja suatu perusahaan adalah salah satunya dari kinerja keuangan. Umumnya perkembangan kinerja sebuah perusahaan ditunjukkan untuk menghasilkan laba, akan tetapi seiring dengan perkembangan jaman suatu perusahaan tidak hanya memikirkan bagaimana cara untuk menghasilkan laba dan meningkatkan kinerja keuangannya, namun mementingkan aspek-aspek non keuangan dan tanggung jawab kepada stakeholder, perekonomian negeri, masyarakat dan lingkungan sekitar. Oleh karena itu lingkungan saat ini membuat para stakeholder bukan hanya melihat kinerja sebuah perusahaan dari kinerja keuangan semata, namun juga dari sisi kinerja non keuangan perusahaan layaknya kinerja sosial. hal ini yang menuntut perusahaan untuk mengungkapkan informasi perusahaan dari sisi keuangan dan juga informasi non keuangan seperti aspek lingkungan dan aspek sosial. Dalam Islam juga menuntut

agar perbuatan kebaikan dan sosial kepada sekitar baik lingkungan maupun masyarakat merupakan salah satu nilai amal yang akan membawa kebaikan kepada sesama. Hal tersebut sesuai dengan ajaran Islam yang terdapat dalam salah satu surat di dalam Al-Quran sebagaimana dalam Q.S Al-An'am : 160 sebagai berikut : *man jā-'a bilhasanati falahu 'asyru 'amtsālihā waman jā-'a bis-sayyi-'ati falā yujzā illā mitslahā wahum lā yuzlamūn*. Artinya : “Barang siapa membawa amal baik, maka baginya (pahala) sepuluh kali lipat amalnya, dan barang siapa yang membawa perbuatan jahat maka ia tidak diberi pembalasan melainkan seimbang dengan kejahatannya, sedangkan mereka tidak sedikitpun dianiaya (dirugikan).” Berdasarkan surat dalam Al-Quran tersebut dapat mencerminkan bagaimana sangat pentingnya dan sangat berartinya kinerja sosial.

Dalam teori legitimasi menjelaskan bahwa organisasi bukan hanya terlihat memperhatikan hak-hak investor, namun juga harus memperhatikan hak-hak publik. Menurut Nor Hadi (2011) legitimasi dalam masyarakat merupakan faktor strategis yang penting bagi keberlangsungan perusahaan, dimana hal ini dijadikan sebagai sebuah strategi perusahaan dalam memposisikan dirinya ditengah lingkungan perusahaan yang semakin maju. Berdasarkan pernyataan di atas sebuah legitimasi terutama yang berkaitan dengan kepentingan sosial merupakan salah satu aspek yang penting dalam memajukan perusahaan. Menurut Orlitzky (2000) dalam Anggraeni (2011) mendefinisikan Corporate Social Performance sebagai konfigurasi prinsip dalam organisasi bisnis dari tanggung jawab sosial dan proses tanggapan sosial, serta hasil yang-didapat dapat diamati sebagai hubungan antar perusahaan dan masyarakat. Menurut Carroll dalam Kumala (2012) Corporate Social

Performance menunjukkan bagaimana kinerja perusahaan terhadap tanggung jawab sosialnya dan cara perusahaan mampu mengoptimalkan peluang yang berhubungan dengan bisnis dan sosial perusahaan.

Perkembangan profitabilitas perusahaan dapat dipengaruhi oleh banyak faktor. Dalam usaha perusahaan dalam mencapai tujuannya, mengejar tingkat tingginya keuntungan semata bukanlah salah satu hal yang harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan namun juga aspek aspek diluar maupun aspek yang dapat mempengaruhi peningkatan keuntungan tersebut dari luar operasi utama perusahaan. Sebagaimana perkembangan profitabilitas dapat dipengaruhi oleh banyak faktor salah satunya adalah tanggung jawab sosial perusahaan. Pelaksanaan pengungkapan tanggung jawab sosial ini pada umumnya dapat berpengaruh terhadap perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial ini secara langsung maupun tidak langsung dapat membuat masyarakat mengetahui bahwa perusahaan juga melaksanakan tanggung jawab kepada sosial dan lingkungan dan hal ini dapat berdampak meningkatnya reputasi perusahaan di kalangan masyarakat dan meningkatkan citra positif perusahaan dan mampu memberikan potensi yang positif terhadap peningkatan minat masyarakat terhadap produk dari perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial tersebut sehingga hal ini juga mampu meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Islamic Social Reporting (ISR) dan pengaruhnya terhadap profitabilitas memang memiliki banyak hasil. Pelaporan ISR sendiri mampu memberikan pengaruh terhadap profitabilitas dan juga dapat tidak memberikan pengaruh terhadap profitabilitas yang juga dipengaruhi oleh faktor lainnya juga. Menurut

Hendra, Nurlaila & dkk (2017) *Islamic Social Reporting* memiliki pengaruh yang positif terhadap profitabilitas perusahaan (ROA) kemudian hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Ana Santika (2019) yang meneliti terkait pengaruh *Islamic Social Reporting* (ISR) terhadap profitabilitas (ROA dan ROE) perusahaan bank syariah menghasilkan bahwa ISR dalam enam indikator utama ISR memiliki pengaruh terhadap profitabilitas dalam ROA namun ISR tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap rasio ROE perusahaan.

Kinerja sosial sendiri juga dapat menjadi salah satu faktor yang dapat menjadi berkembangnya perusahaan. Kinerja sosial perusahaan merupakan sebuah konfigurasi strategi bisnis dalam prinsip tanggungjawab sosial, proses respon sosial, kebijakans sosial, program dan outcome lain yang dapat di obeservasi dalam hubungan sosial (Wood, 1991 dalam Orlitzky et al, 2003). Kinerja sosial sendiri memiliki kaitan erat dengan pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal dengan *corporate social responsibility* (CSR) dimana di dalam CSR itu memuat dan menunjukan bahwa perusahaan telah melaksanakan tanggung jawab sosial sebagaimana dan dengan tujuan untuk memuaskan pihak stakeholder juga. Temuan empirik menunjukan bahwa CSR memiliki pengaruh yang positif terhadap profitabilitas yang diprosikan dalam ROA (Fitria, Darminto, Dwiatmanto, 2014). Twindita (2017) menyatakan dalam penelitiannya pengungkapan tanggung jawab sosial berupa CSR ternyata memiliki pengaruh yang cukup terhadap profitabilitas perusahaan. Penemuan bukti empirik lainnya juga ada yang menunjukan bahwa CSR juga ternyata memiliki pengaruh yang negatif terhadap profitabilitas hal ini ditunjukkan dalam penelitian yang diteliti oleh Prichilia, Grace & dkk (2017) dimana

Corporate Social Reporting memiliki pengaruh yang negatif terhadap profitabilitas terutama dalam proksi ROE.

Profitabilitas sendiri juga dapat dinilai secara kasar dengan melihat seberapa besar perusahaan berkembang. Ukuran perusahaan merupakan sebuah skala yang dapat diklasifikasikan sebagai besar atau kecilnya suatu perusahaan yang diukur dengan total aktiva, penjualan, nilai saham dan sebagainya (Ayu & Gerianta, 2018). Beberapa peneliti percaya bahwa ukuran suatu perusahaan dapat mempengaruhi tingkat profitabilitas perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan ternyata memiliki pengaruh positif terhadap kualitas laba perusahaan (Rina, Muhammad & Hassa, 2015), namun beberapa penelitian juga memiliki perbedaan pendapat dimana ukuran perusahaan ternyata memiliki pengaruh negatif terhadap profitabilitas terutama pada perusahaan makanan dan minuman (Wela & Ida, 2015).

Berdasarkan apa yang di paparkan sebelumnya diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dimana keterkaitan bagaimana *islamic social reporting*, kinerja sosial, dan umur perusahaan dan pengaruhnya dalam profitabilitas perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dilakukan penelitian berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan merupakan bagaimana pengaruh *islamic social reporting*, kinerja sosial dan ukuran perusahaan serta pengaruhnya terhadap profitabilitas perusahaan. Penelitian terkait pengaruh ISR, kinerja sosial dan umur perusahaan terhadap profitabilitas terutama pada perusahaan yang terdaftar dalam *Jakarta Islamic Index*

(JII) masih belum banyak belum dilakukan dan beberapa penelitian memiliki pendapat dan hasil penelitian yang berdeda-beda atas pengaruhnya ISR dan kinerja sosial dan umur perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan dimana perusahaan yang menanamkan efeknya kedalam bursa efek islam dimana perusahaan yang terdaftar dalam JII telah diakui memiliki kinerja yang baik dan operasionalnya sesuai dengan syariah. Penelitian sebelumnya yang di telah di teliti oleh berbagai peneliti terkait variabel-variabel yang terkait juga kebanyakan menggunakan objek perusahaan berbasis Bank Syariah. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti terkait pengaruh *Islamic Social Reporting*, Kinerja Perusahaan dan Ukuran Perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan yang terdaftar dalam *Jakarta Islamic Index* (JII).

1.3 Pertanyaan Penelitian

Terkait rumusan penelitian yang di paparkan dalam rumusan masalah, peneliti memiliki pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *Islamic Social Reporting* berpengaruh terhadap Profitabilitas?
2. Apakah Kinerja Sosial berpengaruh terhadap Profitabilitas?
3. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Profitabilitas?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap profitabilitas.

2. Untuk mengetahui pengaruh Kinerja sosial terhadap profitabilitas.
3. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memiliki manfaat antara lain :

a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan ilmu dan pemahaman terkait persoalan *Islamic Social Reporting* dan kepengaruhannya terhadap kinerja perusahaan, selain itu diharapkan juga hasil penelitian ini mampu memberikan pengetahuan akan pengaruhnya kinerja sosial dan umur perusahaan pada profitabilitas perusahaan. Peneliti juga berharap penelitian ini mampu memberikan kontribusi terhadap penelitian-penelitian sebelumnya dan memberikan tambahan referensi untuk penelitian lain kedepannya.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Diharapkan dengan melakukan penelitian ini, peneliti lebih memahami terkait pengaruh ISR, Kinerja Sosial dan umur perusahaan terhadap profitabilitas dan mendalami terkait pelaporan kinerja perusahaan yang berbasis Syariah.

2. Bagi Universitas

Diharapkan penelitian ini mampu menjadi tambahan referensi bagi mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung dalam melakukan penelitian

yang memiliki keterkaitan terhadap hasil dari penelitian ini dan penelitian serupa.

3. Bagi Masyarakat

Semoga hasil penelitian ini mampu memberikan wawasan dan ilmu terkait pengaruh ISR, Kinerja Sosial dan Umur Perusahaan terhadap Profitabilitas Perusahaan.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1. Legitimacy Theory

Menurut (Suchman, 1995 dalam Rosita Candra, 2009) legitimasi dianggap penting bagi sebuah perusahaan karena legitimasi masyarakat menjadi faktor yang penting dan strategis bagi berkembangnya perusahaan ke depannya. Legitimasi juga bisa dianggap menyamakan persepsi atau asumsi dalam tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas merupakan tindakan yang diinginkan, sesuai dengan sistem norma, nilai dan kepercayaan serta definisi yang dikembangkan secara sosial. *Legitimacy Theory* menyatakan bahwa didalam perusahaan selalu terus mencoba menyakinkan bahwa kegiatan operasional perusahaan yang dilakukan sesuai dengan norma-norma masyarakat (Purwanto, 2011). Hidayati dan Murni (2009) menyatakan bahwa untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya, perusahaan mengupayakan sejenis legitimasi atau pengakuan baik dari investor, kreditor, konsumen, pemerintah maupun masyarakat sekitar. Untuk memperoleh legitimasi dari investor, perusahaan senantiasa meningkatkan return saham bagi investor.

Dalam teori legitimasi ini membahas kontrak sosial yang di implikasikan antara perusahaan dan masyarakat. Oleh karena itu dalam teori legitimasi perusahaan sadar akan kelangsungan hidup perusahaan juga bergantung terhadap berbagai kepentingan kelompok tersebut antara lain masyarakat dan lingkungan

sekitar agar perusahaan menjalankan aktivitas berdasarkan norma-norma sosial yang diterima masyarakat dan mendapatkan legitimasi dari masyarakat tersebut (Darwis, 2009). Tanggung jawab sosial perusahaan yang kedepannya mampu memberikan nilai positif dari masyarakat dan mampu membantu perusahaan berkembang kedepannya. Menurut Donovan dan Gibson (2000) dalam Darwis (2009) menyatakan dalam teori legitimasi bahwa hubungan antara profitabilitas dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah saat perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi. Dalam teori legitimasi sendiri menyatakan bahwa kegiatan perusahaan dilakukan sesuai dengan norma-norma sosial dimana hal ini juga dapat menjadi landasan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan faktor yang dapat memberikan tingkat pertumbuhan profit yang lebih. Hal ini juga didukung kuat oleh penelitian Rashid dan Ibrahim (2002), O'Dwyer (2004) dan Julohin (2004), Raar (2004) dan Baron (2006) dalam Darwis (2009) yang menunjukkan bahwa hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial adalah positif.

2.1.2. Stakeholder Theory

Pengertian *stakeholder* menurut Gray *et al* dapat didefinisikan sebagai “pihak-pihak yang berkepentingan pada perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan, para *stakeholder* antara lain masyarakat, karyawan, pemerintah, supplier, pasar modal dan lain-lain”. *Stakeholder theory* memiliki pandangan bahwa perusahaan harus meletakkan pengungkapan sosial sebagai salah satu tanggung jawab mereka kepada para *stakeholder*

(Gray, Kouhy & Lavers, 1995) dalam Satika (2019). Dalam teori stakeholder menyatakan bahwa entitas perusahaan bukanlah sebuah entitas yang beroperasi dalam kepentingan sendiri namun juga memberikan manfaat bagi stakeholder (Chariri, 2008). Stakeholder juga dapat diartikan sebagai individu dan konsituen yang memberikan kontribusi baik sukarela maupun terpaksa dalam menciptakan kapasitas dan aktivitas yang bertujuan pada kemakmuran dan mendapat keuntungan maupun resiko karena aktivitas organisasi (Post, Preston & Sach).

Dengan ini dapat disimpulkan bahwa perusahaan dalam melakukan aktivitas operasinya tidak hanya semata mementingkan keuntungan saja namun juga mementingkan kepentingan para stakeholder yang berkaitan dengan operasi perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rika dan Emrinaldi (2012) dimana meneliti terkait pengaruh biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk kepentingan karyawan, lingkungan dan kemitraan menghasilkan bahwa biaya yang dikeluarkan untuk lingkungan dan kemitraan berpengaruh positif terhadap ROA perusahaan. Beberapa alasan perusahaan harus memperhatikan kepentingan stakeholder karena isu lingkungan yang melibatkan kepentingan berbagai kelompok. Dengan isu yang diperhatikan perusahaan ini perusahaan akan secara positif merespon kepentingan stakeholder dimana hal ini mampu memberikan kebijakan dan program yang akan meningkatkan operasi perusahaan dalam mencapai tujuan dan kinerja perusahaan yang mampu memberikan nilai positif terhadap nilai perusahaan (Mita Kumala, 2019).

2.1.3. Profitabilitas

Pengukuran kinerja merupakan sesuatu yang sangat penting dilakukan oleh suatu perusahaan dalam mengukur sejauh mana tingkat efektifitas dan efisiensi perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan. Selain itu pengukuran kinerja juga digunakan untuk menilai keberhasilan perusahaan dan digunakan oleh manajemen sebagai alat evaluasi kinerja. Tujuan dari penilaian kinerja ini adalah selain sebagai alat untuk evaluasi kinerja oleh manajemen juga dapat digunakan sebagai alat memotivasi karyawan dalam mencapai target perusahaan dan memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan perusahaan untuk hasil yang diharapkan manajemen kedepannya.

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal dalam menghasilkan laba tersebut (Riyanto, 2001). Menurut Agus Sartono profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungan dengan penjualan, total aktiva maupun modal itu sendiri (R. Agus Sartono, 2001). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan bagaimana kemampuan sebuah perusahaan dalam memperoleh laba dari setiap aktivitas perusahaan dalam periode tertentu. Oleh karena itu semakin tinggi profitabilitas sebuah perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan informasi tanggungjawab sosialnya. Profitabilitas sendiri dapat dihitung dan diukur menggunakan rasio-rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas menurut Kasmir, merupakan rasio untuk menilai

kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas dalam manajemen perusahaan. Profitabilitas sendiri dapat dihitung dengan menggunakan rasio-rasio, antara lain rasio *Return On Asset* dan rasio *Return On Equity*.

a. *Return On Asset* (ROA)

Return On Asset (ROA) adalah rasio dalam mengukur profitabilitas yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan aset perusahaan. Menurut Kasmir ROA merupakan rasio yang menunjukkan (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan perusahaan. Sedangkan menurut Mamduh rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. Semakin tinggi tingkat rasio ini maka semakin baik pula keadaan suatu perusahaan. *Return On Asset* merupakan pengukuran terhadap profitabilitas atas total aset dengan cara membandingkan laba sesudah pajak dengan rata-rata total aktiva. *Return On Asset* dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba bersih} \times 100\%}{\text{Total Aset}}$$

Seperti yang di jelaskan sebelumnya semakin tinggi tingkat ROA maka semakin tinggi pula perusahaan dalam memperoleh keuntungan, hal ini bertujuan untuk menjadi daya Tarik bagi investor tertarik sehingga nilai saham karena ada rasio keuntungan setelah pajak meningkat.

b. *Return On Equity*

Menurut Kasmir (2014:202) *Return On Equity* (ROE) adalah perbandingan antara laba bersih dengan modal perusahaan. Profitabilitas menurut Hery (2015:230) ROE adalah rasio yang digunakan dalam mengukur keberhasilan perusahaan untuk menghasilkan laba bagi pemegang saham. ROE dapat digambarkan sebagai representasi dari kekayaan pemegang saham atau nilai perusahaan. Berdasarkan pengertian *Return On Equity* menurut para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa ROE merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kinerja perusahaan dan mengukur besar tingkatnya pengembalian modal perusahaan dan pengukuran ini juga dapat digunakan oleh para pemegang saham. Rasio *Return On Equity* dapat dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba bersih} \times 100\%}{\text{Equity}}$$

2.1.4. Islamic Social Reporting

Seiring dengan majunya perkembangan jaman dan kemajuan dalam perekonomian perusahaan maka semakin meningkat pula meningkatnya pelaksanaan *Corporate Social Reporting* (CSR) dalam dunia bisnis. *Social Reporting* sendiri merupakan perluasan dari sistem pelaporan keuangan yang merefleksikan perkiran baru dan lebih luas dari masyarakat yang berhubungan dengan peran komunitas bisnis dalam perekonomian (Hannifa, 2002). Menurut Grey *et al.* (1987) dalam Tsang (1998) *social reporting* merupakan proses untuk

mengkomunikasikan efek sosial lingkungan dari akibat tindakan ekonomi yang dilakukan oleh perusahaan kepada masyarakat. CSR sendiri pun dapat digunakan sebagai faktor positif yang mampu membuat perusahaan berkembang akan stigma positif yang diberikan masyarakat akan kepedulian dan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan, namun tidak memungkinkan juga bahwa setiap *social reporting* dapat di terima oleh sebgaiian masyarakat karena pengungkapan sosial yang di terima oleh masyarakat bersifat relatif. Perkembangan CSR dalam Indonesia sendiri juga mengalami peningkatan, baik dalam kuantitas maupun kualitas, dimana dalam pelaporan CRS yang pada awalnya bersifat sukarela (*voluntary*) sekarang menjadi wajib (*mandatory*) dengan diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dimana laporan tahunan harus memuat informasi yang salah satunya adalah laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Islamic Social Reporting sendiri merupakan sebuah standar dalam pelaporan kinerja perusahaan yang berbasis syariah. ISR sendiri lahir dan dikembangkan dengan dasar dari standar pelaporan menurut *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions* (AAOIFI) yang kemudian dikembangkan oleh masing-masing peneliti berikutnya. ISR ini lahir pada tahun 2002 dan digagas oleh Hanifa dan Hudaib pada penelitiannya yang berjudul “*Social Reporting Disclosure : An Islamic Perspective*”. Menurut Hanifa, konsep ISR sendiri tidak hanya merupakan alat bantu dalam pengambilan keputusan bagi pemangku kepentingan muslim melainkan juga untuk membantu perusahaan dalam melakukan dan memenuhi kewajibannya kepada Allah Subhanna

wa Ta'ala dan masyarakat. Tujuan dari pelaporan *Islamic Social Reporting* sendiri salah satunya merupakan sebagai penggambaran akuntabilitas entitas kepada Allah SWT, komunikasi kepada para pemangku kepentingan dan masyarakat juga meningkatkan transparansi dari aktivitas bisnis dengan cara menyediakan informasi yang relevan sesuai dengan kebutuhan rohani para pembuat keputusan. Penekanan konsep pelaporan tanggung jawab yang berpedoman secara syariah islam pun juga merupakan salah satu pemenuhan kewajiban suatu entitas kepada Allah SWT. Dalam islam juga telah dijelaskan persoalan mengenai hak dan kewajiban bagi individu maupun organisasi berdasarkan Al-Quran dan Hadist. Islam merupakan agama yang secara lengkap mengatur seluruh aspek kehidupan di muka bumi ini, sebagaimana Siwar dan Hossain (2009) menyatakan bahwa landasan dasar dari agama islam adalah *aqiqah, ibadah, dan akhlaq*. Menurut Sutapa & Laksito (2018), *Islamic Social Reporting* memiliki tujuan sebagai bentuk akuntabilitas perusahaan terhadap Allah SWT dan masyarakat dalam meningkatkan transparansi di aktivitas bisnis dengan menyajikan informasi yang relevan dengan memperhatikan kebutuhan rohani investor muslim dan kepatuhan syariah dalam pengambilan keputusan. Dalam ISR terdapat lima tema yang telah dikembangkan oleh Haniffa(2002) untuk pengungkapan indeks ISR yaitu, Tema Keuangan dan Investasi, Tema Produk dan Jasa, Tema Karyawan, Tema Masyarakat, dan Tema Lingkungan Hidup. Kemudian hal ini dikembangkan lagi oleh Othman et al. (2009)ditambah satu tema yaitu Tema Tata Kelola Perusahaan.

Substansi muatan dalam penelitian mengenai *Islamic Social Reporting* mengacu pada komponen enam tema yang di ungkapkan dan dikembangkan oleh

Haniffa (2002) dan Othman et al. (2009) yang digunakan sebagai indikator dalam pelaporan kinerja sosial institusi bisnis syariah. Enam tema yang di gunakan sebagai indikator *Islamic Social Reporting (ISR)* tersebut, antara lain:

a. Keuangan dan Investasi (*Finance and Investment*)

Pada tema yang di kembangkan oleh Haniffa ini menjelaskan pengungkapan pada praktik operasional perusahaan yang mengandung riba, gharar, dan aktivitas pengelolaan zakat. Riba dan Gharar yang dimaksud dalam hal ini merupakan suatu aktivitas yang dilarang dalam Islam dimana hal tersebut telah disampaikan di dalam Al-Quran. Dalam tanggung jawab sosial pengungkapan transparansi kepada masyarakat sangat penting oleh karena itu aktivitas keuangan dan investasi perusahaan harus diidentifikasi dan dilaporkan dengan jelas. Aspek

Aspek lain yang harus di ungkapkan berhubungan dengan praktik pengelolaan zakat. Zakat adalah kewajiban bagi seluruh umat Muslim atas harta benda yang dimilikinya ketika mencapai nisab. Dimana entitas syariah berkewajiban mengeluarkan zakat dari laba yang diperoleh. Perusahaan dalam pengelolaan aspek secara syariah perlu melakukan pelaporan sumber dan penggunaan zakat dalam periode keuangan dan zakat sendiri berbeda dengan donasi, sumbangan dan shadaqah sehingga zakat memiliki aturan yang jelas mengenai pengelolaannya dan cara perhitungannya serta siapa saja yang berhak menerimanya. Othman et al. menambahkan sub tema berupa kebijakan keterlambatan pembayaran piutang dan penghapusan piutang tak tertagih serta nilai kini dalam neraca.

Aspek lain dalam tema ini adalah investasi dimana jenis investasi dan proyek pembiayaan yang di jalankan cukup diungkapkan secara umum.

b. Produk dan Jasa (Product and Service)

Dalam tema berikut yang dibahas adalah produk dan jasa yang ditawarkan kepada masyarakat. Produk dan jasa yang di hasilakan perusahaan harus jelas status kehalalannya. Pentingnya status halal dalam suatu produk merupakan sebuah kewajiban yang harus diungkapkan oleh perusahaan dalam laporannya kepada seluruh konsumen terutama konsumen Muslim dimana masyarakat Indonesia sebagian besar merupakan pemeluk agama islam dan status kehalalan ini diketahui telah mendapat sertifikat produk halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Selain sebuah produk yang halal, produk yang ramah lingkungan juga menjadi salah satu aspek yang harus di perhatikan oleh perusahaan sehingga hal ini menarik pandangan positif masyarakat akan perusahaan yang ikut berpartisipasi dalam menjaga dan memelihara lingkungan.

Selain membahas tentang produk, pelayanan dan keluhan konsumen menjadi item pengungkapan perusahaan. Suatu perusahaan diharapkan tidak hanya berfokus pada kualitas produk mereka tapi juga berfokus terhadap kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen serta mengatasi keluhan konsumen dengan sebaik mungkin.

c. Karyawan (Employ)

Karyawan merupakan sebuah aset penting bagi perusahaan karena karyawan merupakan faktor hidup penggerak operasional perusahaan, oleh

karena itu perusahaan harus memperhatikan kesehjahteraan karyawan untuk kepentingan perusahaan. Masyarakat juga ingin mengetahui apakah perusahaan telah diperlakukan secara adil dan wajar melalui informasi-informasi yang di ungkapkan dan kewajiban yang harus di lakukan perusahaan kepada karyawan serta hak-hak yang harus diberikan kepada karyawan dalam mensejahterakan karyawan baik secara material maupun spiritual.

d. Masyarakat

Konsep yang mendasari pada tema masyarakat ini adalah *ummah*, *amanah* dan *adl*, yang menekankan betapa pentingnya saling mengerti dan saling berbagi dalam kehidupan bermasyarakat. Bentuk kepedulian suatu perusahaan kepada masyarakat dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk seperti pemberian sedekah, wakaf dan zakat kepada masyarakat yang membutuhkan. Aspek lain dalam yang di ungkapkan dalam tema ini adalah sukarelawan dari karyawan, pemberian beasiswa pendidikan, pemberdayaan kerja lulusan sekolah atau para mahasiswa yang dapat berupa magang, pengembangan, peningkatan kualitas hidup, kepedulian terhadap anak-anak, kegiatan amal dan sosial serta dukungan atas kegiatan kesehatan, hiburan, olahraga, pendidikan, budaya dan agama (Othman, 2010)

e. Lingkungan

Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang tidak hanya mementingkan kepentingannya sendiri untuk mencapai keuntungan semata namun juga memperlihatkan kepentingan dan kepedulian terhadap

lingkungan sekitar dan masyarakat. Perusahaan sendiri tidak seharusnya tidak terlibat dalam aktivitas yang mampu merusak keseimbangan dan kelestarian lingkungan oleh sebab itu penting sekali perusahaan dalam menjaga lingkungan dalam aktivitas perusahaan. Islam mengajarkan kepada umatnya agar senantiasa menjaga, memelihara serta melestarikan lingkungan. Allah SWT menciptakan bumi dan seluruh isinya adalah untuk manusia gunakan dengan semestinya tanpa merusaknya. Hal ini telah difirmankan didalam Al-Quran sebagai berikut:

“telah Nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar).” (Q.S Ar Ruum: 41)

Oleh karena itu informasi yang berhubungan dengan pengelolaan sumber daya alam dan aktivitas-aktivitas yang digunakan untuk melindungi lingkungan harus di ungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan (Othman dan Thani, 2010). Informasi yang diungkapkan dalam tema lingkungan ini antara lain adalah konservasi lingkungan hidup, tidak membuat polusi, pendidikan mengenai lingkungan hidup, penghargaan di bidang lingkungan hidup, dan sistem manajemen lingkungan hidup.

f. Tata kelola perusahaan

Tema tata kelola perusahaan dalam ISR ini merupakan penambahan dari Othman et al (2009) dimana dalam tema ini tidak dapat dipisahkan dari perusahaan guna memastikan pengawasan aspek syariah perusahaan. Tema

tata kelola perusahaan sendiri mendasari cakupan dari *corporate governance* dimana sebuah entitas yang memiliki tujuan untuk melindungi kepentingan-kepentingan stakeholder.

2.1.5. Kinerja Sosial

Mengacu pada teori legitimasi dimana menurut Nor Hadi (2011) legitimasi dari masyarakat adalah faktor strategis yang penting bagi keberlangsungan perusahaan, dimana hal ini dijadikan sebagai sebuah strategi perusahaan dalam memposisikan dirinya ditengah lingkungan perusahaan yang semakin maju. Hal ini bermaksud bahwa perusahaan yang semakin berkembang dan maju tidak hanya mementingkan keuntungan saja namun juga melihat kepentingan sosialnya. Orlitzky et al (2003) mengungkapkan bahwa dalam satu dekade terakhir perusahaan mendapat tekanan oleh stakeholder mereka agar menjadi sebuah *good corporate citizenship* dalam dunia usaha. Mulai dari tekanan tersebut lahirlah konsep yang disebut *corporate social performance*. *Corporate social performance* atau kinerja sosial perusahaan merupakan konfigurasi strategi bisnis atas prinsip tanggungjawab sosial, proses respon sosial, kebijakan, program dan *outcome* lain yang dapat di observasi berkaitan dengan hubungan sosial perusahaan (Wood 1991) dalam Orlitzky et al (2003). Menurut Carroll (1979) *corporate social performance* deidefinisikan sebagai perluasan dari tiga dimensi. Dimensi pertama memuat tanggung jawab sosial yang mencakup empat kategori tanggungjawab (ekonomi, hukum, etika dan diskresi). Dimensi kedua memuat *Corporate Social Responsiveness*. Dimensi ketiga menunjukkan kapasitas yang dimiliki perusahaan

untuk memberi respon terhadap berbagai tekanan sosial terhadap perusahaan. Kinerja sosial perusahaan dapat di kaitkan dengan kegiatan-kegiatan yang menimbulkan dampak sosial dan bermanfaat secara sosial. Kegiatan-kegiatan ini dapat meliputi aspek seperti lingkungan, program sosial, hak-hak pekerja, pemberdayaan komunitas, keamanan produk dan juga masyarakat.

Epstein (2007) memaparkan bahwa menyeimbangkan aspek sosial dan keuangan perusahaan secara bersama merupakan sebuah tantangan yang baik bagi perusahaan yang berprofit maupun non profit pada semua level manajerial. Jika mengacu pada teori stakeholder keterkaitan antara kinerja sosial perusahaan dengan kinerja keuangan adalah positif. Kepuasan dari berbagai pihak yang merupakan stakeholder dapat memberikan dampak positif bagi kinerja keuangan perusahaan. Manajemen juga memperoleh kepercayaan dari para stakeholder atas kemampuan perusahaan menjalin hubungan dengan pihak eksternal. Orlitzky dan Benjamin (2001) menyatakan bahwa kinerja sosial berdampak positif bagi peningkatan kinerja keuangan seperti *return on asset* dan apresiasi harga saham perusahaan. Selain itu kinerja sosial juga dapat meningkatkan efisiensi dan pengelolaan perusahaan, meningkatkan kepercayaan pada stakeholder yang berdampak pada penurunan risiko perusahaan. Kinerja sosial ini memberikan pandangan untuk perusahaan dalam meningkatkan aktivitas operasionalnya lewat penilaian pihak eksternal. Kinerja sosial sendiri dapat dilakukan dengan banyak cara baik untuk stakeholder, lingkungan dan alam serta masyarakat.

Kinerja sosial juga dapat dihubungkan dengan *Corporate Social Responsibility* dimana pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menjadi

salah satu faktor untuk perusahaan berkembang dan dipercaya oleh para pemegang saham dan masyarakat. Setiap pelaku usaha selain berusaha memenuhi kepentingan para pemegang saham dan memusatkan diri pada pencapaian laba juga mempunyai tanggung jawab sosial dan hal tersebut perlu untuk diungkapkan dalam laporan tahunan. Pengungkapan CSR ini menunjukan kepada para setiap pemangku kepentingan bahwa perusahaan telah menunjukkan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. Tujuan pengungkapan CSR sendiri adalah untuk memperkuat jalannya perusahaan dalam membangun kerjasama dengan para pemegang saham dan para stakeholder dimana mereka merupakan pihak yang memfasilitasi perusahaan dalam kegiatan yang berhubungan dengan kemasyarakatan. Setiap pelaku ekonomi selain berusaha memenuhi kepentingan pemegang saham dan para stakeholder serta mencapai tujuan dari laba perusahaan juga mempunyai kewajiban akan tanggung jawab sosial dan hal tersebut haruslah diungkapkan dan dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan. Dalam agama Islam mempunyai prinsip pertanggungjawaban yang seimbang dalam segala bentuk lingkungannya, antara raga dan jiwa, antara individu dan keluarga maupun sosial, dan antara suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya. Dalam pandangan Islam mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) itu merupakan tanggungjawab ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan adalah pelaksanaan tindakan/perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapatkan ridho Allah SWT. CSR itu sendiri dapat dikatakan sebagai implikasi ajaran kepemilikan dalam Islam dimana Allah SWT merupakan pemilik mutlak (*haqiqiyah*) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik

sementara yang berfungsi sebagai penerima amanah. CSR sendiri ternyata selaras dengan pandangan Islam terkait hubungan manusia dengan lingkungan sosial dan sekitarnya (Darmawati: 2014). *Corporate Social Reporting* (CSR) merupakan sebuah tindakan positif ataupun sebuah langkah baik bagi perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial ini bukan hanya memberikan manfaat bagi perusahaan namu juga memberikan manfaat baik bagi lingkungan sosial, alam dan masyarakat. Pengungkapan CSR sendiri merupakan sebagai gambaran bahwan perusahaan telah melaksanan kinerja dan tanggung jawab sosial yang semestinya dilakukan oleh perusahaan dan tanggung jawab tersebut telah diungkapkan.

2.1.6. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang dapat diklasifikasikan sebagai besar atau kecilnya suatu perusahaan yang diukur dengan total aktiva, jumlah penjualan, nilai saham dan sebagainya (Putu Ayu & Gerianta, 2018). Sedangkan menurut Ibrahim (2008), ukuran perusahaan adalah gambaran besar dan kecilnya perusahaan yang ditentukan berdasarkan ukuran nominal, contohnya total kekayaan dan total penjualan perusahaan dalam satu periode penjualan, atau dalam kapitalisasi pasar. Pengelompokan perusahaan atas dasar skala operasi (besar dan operasi) dapat dipakai oleh investor sebagai salah satu variabel dalam menentukan keputusan dan menurut Riyanto (2013), ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai equity, nilai penjualan atau nilai aktiva. Dari pemaparan para ahli diatas definisi ukuran perusahaan

kebanyakan hampirlah sama yaitu merupakan ukuran besar atau kecilnya perusahaan yang dapat dinilai berdasarkan besarnya aset dan besarnya ekuitas dan sebagainya yang menunjukkan nilai dari perusahaan tersebut. Semakin besar suatu perusahaan maka informasi yang disediakan untuk para investor semakin banyak juga hal tersebut dapat membantu investor dalam pengambilan keputusan. Setiap ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang berbeda-beda terhadap nilai suatu perusahaan. Biasanya perusahaan dengan ukuran yang besar akan cenderung untuk di tuntut memiliki *public demand* terhadap informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan dengan ukuran yang kecil. Perusahaan dengan ukuran yang besar pula biasanya dituntut untuk mengungkapkan tanggungjawab sosialnya secara informatif kepada masyarakat maupun pemegang saham. Kecenderungan terhadap sosial yang dialami oleh perusahaan dengan ukuran besar akan selalu menjadi perhatian pihak manajemen karena umumnya perusahaan dengan ukuran besar selain aktivitasnya yang berdampak pada operasional perusahaan namun juga lingkungan sekitar sehingga perusahaan dituntut akan informasi pertanggungjawaban sosialnya. Perusahaan dengan ukuran besar yang cenderung memiliki banyak pemegang saham menandakan perusahaan tersebut memerlukan lebih banyak pengungkapan karena tuntutan para pemegang saham. Perusahaan yang besar juga mungkin memiliki pemegang saham yang lebih memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dalam laporan tahunan dan sebagai kewajiban perusahaan dalam melaporkan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial bagi para pihak yang berkepentingan dan masyarakat.

2.1.7. Jakarta Islamic Index (JII)

Pasar modal umumnya memiliki makna sebagai tempat perdagangan instrumen keuangan (sekuritas) jangka panjang, baik dalam modal (*stock*) maupun utang (*bond*) yang diterbitkan, baik oleh pemerintah maupun perusahaan swasta. Pasar modal sendiri mempunyai dua fungsi, antara lain fungsi keuangan dan fungsi ekonomi. Fungsi ekonomi dalam pasar diartikan mempertemukan pihak investor dan pihak yang membutuhkan dana. Sedangkan fungsi keuangan memiliki arti dengan adanya pasar modal diharapkan kegiatan dan aktifitas ekonomi menjadi lebih meningkat, dimana pasar modal menjadi tempat pendanaan bagi perusahaan untuk beroperasi lebih besar dan tujuannya mensejahterakan rakyat. Definisi pasar modal sendiri menurut Undang- Undang Pasar Modal No. 8 tahun 1996 tentang Pasar Modal mendefinisikan pasar modal sebagai kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan Efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan Efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan Efek (www.idx.co.id).

Jakarta Islamic Index (JII) merupakan indeks saham syariah yang diluncurkan pertama kali di pasar modal Indonesia. PT Bursa Efek Indonesia pada tanggal 03 Juli 2000 bekerja sama dengan PT Danareksa Investment Management untuk meluncurkan indeks saham yang berbasis syariah Islam. *Jakarta Islamic Index* merupakan salah satu indeks saham yang ada di Indonesia yang menghitung indeks harga rata-rata saham untuk jenis saham yang memenuhi kriteria saham syariah. *Jakarta Islamic Index* merupakan kelompok saham yang telah memenuhi

kriteria dalam investasi syariah Islam dalam pasar modal Indonesia. *Jakarta Islamic Index* terdiri dari 30 saham yang merupakan saham-saham syariah yang paling liquid dan memiliki kapitalisasi pasar yang besar. Setiap enam bulan BEI melakukan review terhadap JII yang sesuai dengan periode penerbitan DES oleh BAPEPAM dan LK. Setelah dilakukan penyeleksian terhadap saham syariah yang kemudian dituangkan ke dalam DES, BEI melakukan proses seleksi lanjutan yang didasarkan pada kinerja perdagangan (Rusbarian, et al. 2012). Terdapat tiga instrument yang diperdagangkan di pasar modal syariah yaitu saham syariah, sukuk dan reksadana syariah.

2.1.8. Penelitian terdahulu

Penelitian mengenai pengaruh *Islamic Social Reporting* (ISR), kinerja sosial dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas memang telah banyak dilakukan oleh berbagai peneliti. Variabel-variabel yang digunakanpun juga berbeda-beda dan objek perusahaan yang berbeda pula. Penelitian dengan variabel independen yaitu ISR, kinerja sosial dan ukuran perusahaan serta pengaruhnya terhadap variabel dependen berupa profitabilitas dari peneliti sebelumnya memiliki perbedaan hasil dan pendapat. Kebanyakan dari penelitian sebelumnya juga memfokuskan studi kasus pada perusahaan berupa Bank Syariah dan sedikit yang menggunakan objek perusahaan bebas namun terdaftar pada *Jakarta Islamic Index* (JII). Berikut beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh

Islamic Social Reporting (ISR), kinerja sosial dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 1

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Santika (2019)	Pengaruh Islamic Social Reporting terhadap Profitabilitas (Return on Asset dan Return on Equity) pada Bank Umum Syariah Indonesia	Indikator ISR dalam produk dan jasa memiliki pengaruh signifikan terhadap ROA tetapi ISR tidak berpengaruh yang signifikan terhadap ROE Bank Umum Syariah Indonesia.
Nurlaila, Hendra, Saparudin & dkk (2017)	Pengaruh <i>Islamic Social Reporting</i> (ISR), Umur Perusahaan dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Profitabilitas (ROA) pada perusahaan yang terdaftar pada Jakarta Islamic Index (JII) Tahun 2010-2014	ISR, umur perusahaan dan kepemilikan saham publik memiliki berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan yang terdaftar di JII untuk tahun 2010-2014.
Sutapa & Laksito (2018)	Peran Islamic Social Reporting terhadap Nilai Perusahaan	Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan ISR.
Rosana & Imron (2014)	Pengaruh kinerja sosial terhadap profitabilitas Bank Syariah	Kinerja sosial yang berupa zakat dan mudharabah memiliki pengaruh signifikan terhadap kenaikan laba atas kinerja sosial yang dilakukan perusahaan namun untuk berupa qardh tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Oleh karena itu kinerja sosial secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas.

Mega, Dzlukirom & Zahroh (2016)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap profitabilitas perusahaan. (studi pada sektor industry barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2013-2014)	Pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial berupa CSR memiliki pengaruh bagi profitabilitas baik dalam ROA dan ROE.
Rina, Muhammad & Hasan (2015)	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan <i>Financial Leverage</i> terhadap Persistensi Laba dan Dampaknya terhadap Kualitas Laba (Studi pada perusahaan yang terdaftar pada Jakarta Islamic Index)	Ukuran perusahaan, financial leverage, dan persistensi laba bersama-sama berpengaruh pada kualitas laba pada perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kualitas laba.
Wela & Ida (2015)	Pengaruh <i>Leverage</i> , Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas (studi kasus pada perusahaan penjualan makanan dan minuman di BEI)	Disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman di BEI.
Diah Nurdiana (2018)	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Likuiditas terhadap Profitabilitas	Penelitian ini menggambarkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap profitabilitas.
Miswanto, Yanuar & Shofia (2017)	Pengaruh Efisiensi Modal Kerja, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan	Penelitian ini menunjukkan hasil yang di <i>proksikan</i> oleh <i>firm size</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap profitabilitas. Ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas.

2.2 Pengembangan Hipotesis

2.2.1 Pengaruh Islamic Social Reporting terhadap profitabilitas

Mengacu teori stakeholder, dimana sebuah perusahaan di nilai tidak hanya bekerja untuk kepentingan perusahaan semata namun juga untuk kepentingan para stakeholder yang andil dan berkontribusi dalam perusahaan (Chariri, 2008). Sedangkan jika melihat melalui teori legitimasi perusahaan harus mendapatkan legitimasi dari pihak-pihak yang berkepentingan baik dari investor, sosial, pemerintah maupun lingkungan. Pengungkapan berupa *Islamic Social Reporting* yang menunjukkan seberapa besar pertanggungjawaban sosial perusahaan kepada masyarakat. ISR merupakan variabel pengungkapan pertanggung jawaban dimana perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban tanggungjawab sosial kepada masyarakat dan pihak berkepentingan namun juga kepada Allah SWT (Sutapa & Heri L., 2018). Konsep ISR sendiri bukan hanya alat bantu dalam pengambilan keputusan bagi para pemangku kepentingan muslim namun juga alat bantu perusahaan dalam melakukan dan memenuhi kewajibannya terhadap Allah Subhanaahu Wa Ta'ala dan masyarakat (Haniffa R, 2001 dalam Nurlaia, Hendra & dkk, 2017). Menurut Siwar dan Hossain dalam Nurlaia, Hendra & dkk (2017) landasan dari agama Islam ada aqidah (*belief and faith*), ibadah (*worship*), dan akhlaq (*morality and ethic*). ISR mampu membantu perusahaan dalam menjaga citranya kepada publik terutama kepada umat muslim yang memegang teguh pendirian syariah. Sehingga hal ini kedepannya mampu menarik masyarakat di mana citra sosial yang terjaga dalam perusahaan dan juga memperhatikan secara

spiritual mampu memberikan keyakinan kepada masyarakat dan meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap produk dan semakin tinggi pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan maka diharapkan pula hal ini akan mempengaruhi profitabilitas.

Penelitian yang memperlihatkan hubungan positif antara Islamic social reporting dengan profitabilitas telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Pengungkapan Islamic social reporting (ISR) berpengaruh secara positif pada profitabilitas perusahaan dan peningkatan pengungkapan Islamic social reporting berpengaruh terhadap besarnya profitabilitas dalam ROA (Harahap, Hermain, dkk, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Santika (2019) juga menunjukkan bahwa Islamic Social Reporting berpengaruh terhadap profitabilitas (ROA) untuk bank umum syariah di Indonesia. Maka berdasarkan dari beberapa bukti penelitian yang telah dilakukan dan hasil yang diperoleh oleh beberapa penelitian sebelumnya maka hipotesis yang dihasilkan dalam penelitian yaitu:

H1 : Islamic Social Reporting berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan.

2.2.2 Pengaruh kinerja sosial terhadap profitabilitas perusahaan

Kinerja sosial merupakan variabel yang menunjukkan perusahaan bukan hanya berfokus dalam kinerja keuangannya saja namun juga menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap tanggungjawab sosialnya. Perusahaan yang memiliki orientasi besar terhadap tanggungjawab sosial memiliki citra positif di masyarakat dan hal ini tentunya berdampak baik untuk perkembangan perusahaan

di masa depan. Kinerja sosial sendiri sering dikaitkan dengan pelaporan tanggung jawab sosial atau yang lebih dikenal dengan *corporate social responsibility* (CSR). CSR dapat didefinisikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang memiliki hubungan dengan stakeholder, etika bisnis, nilai-nilai sosial, di luar kepentingan perusahaan dan pemenuhan ketentuan hukum (Cahya, 2010; Xie et al., 2017; Ettinger et al., 2018 dalam Fadilla, 2018). Tingkat tanggung jawab sosial perusahaan memberi dampak terhadap peningkatan kinerja perusahaan seperti meningkatkan penjualan, legitimasi pasar, investor di pasar modal dan meningkatkan nilai kesejahteraan pemilik dan sejenisnya (Hadi, 2011 dalam Mega, Dzulkirom, dkk, 2016). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Mega, Dzulkirom, dkk, (2016) CSR memberikan banyak manfaat seperti penurunan biaya operasional, meningkatkan volume penjualan, menarik investor melalui citra positif perusahaan.

Penelitian yang menunjukkan bagaimana pengaruh kinerja sosial terhadap profitabilitas telah banyak diteliti seperti penelitian yang dilakukan oleh Rosana (2014) dimana kinerja sosial yang berupa *mudharabah-musyarakah*, zakat memiliki pengaruh terhadap peningkatan laba bersih di perusahaan bank syariah. Dalam penelitian Mega, Dzulkirom, dkk, (2016) sendiri memberikan hasil dimana pelaporan tanggung jawab sosial atau CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas ROA dan ROE. Berdasarkan hasil pemaparan di atas maka hipotesis yang dihasilkan berdasarkan yaitu:

H2 : Kinerja sosial berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

2.2.3 Pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan

Ukuran perusahaan didalam penelitian ini digambarkan sebagai besar atau kecilnya suatu perusahaan dalam nilai total aktiva. Semakin besarnya ukuran perusahaan maka dapat di katakan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja cukup baik. Perusahaan dengan ukuran yang besar juga cenderung mempunyai kondisi operasional yang baik sehingga hal tersebut membuat investor tertarik untuk menanamkan modalnya. Pengelolaan perusahaan dengan ukuran yang besar juga cenderung lebih baik dan hal ini juga mampu meningkatkan kinerja perusahaan. Dengan peningkatan kinerja tersebut pastinya diharapkan juga meningkatnya keuntungan perusahaan.

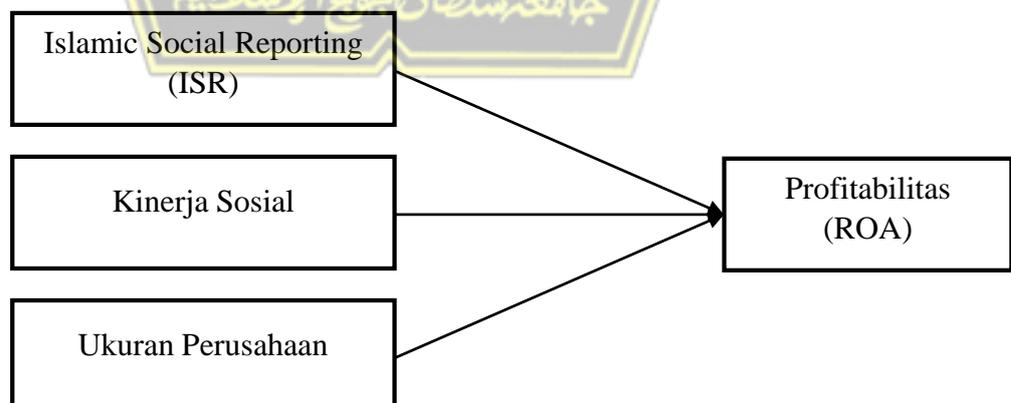
Dalam penelitian yang dilakukan Wedhana Purba & Yadnya (2015) menghasilkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Miswanto, Abdullah & Supardi (2017) dalam jurnal bisnis dan ekonomi yang dipaparkan terkait pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas memperlihatkan hasil bahwa ukuran perusahaan yang di proksikan oleh *firm size* berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Beberapa penelitian juga memberikan hasil yang sebaliknya terkait ukuran perusahaan dimana ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap perusahaan makanan dan minuman (Wela & Ida Bagus, 2015). Penelitian yang dilakukan oleh Dian Nurdiana (2018) juga memberikan hasil dimana ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Penelitian yang mengkaitkan pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas namun hasil terkait penelitian tersebut memiliki banyak perbedaan dan hasil. Dari kesimpulan terkait ukuran perusahaan bahwa perusahaan dengan

ukuran perusahaan yang lebih besar memiliki kecenderungan operasional yang lebih baik sehingga mampu meningkatkan kinerja perusahaan tersebut karena memiliki lebih banyak sumber daya dan tidak menutup kemungkinan perusahaan kecil juga menghasilkan hal yang sama. Berdasarkan pemaparan hasil diatas hipotesis yang dihasilkan yaitu:

H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

2.3 Kerangka Pemikiran Teoritik

Berdasarkan landasan teori dan pemaparan peneliti sebelumnya serta permasalahan yang telah dikemukakan maka berikut disajikan kerangka pemikiran teoritik penelitian ini tersaji di gambar. Pada kerangka pemikiran ini menunjukkan bagaimana pengaruh *islamic social reporting*, kinerja sosial dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas yang diprosikan menggunakan rasio *return on asset* (ROA).



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian berdasarkan data konkrit, data penelitian berupa angka-angka yang diukur menggunakan statistic sebagai alat uji, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan (Sugiyono, 2018). Penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk mengungkapkan pengaruh atau hubungan antara variabel yang dinyatakan dalam angka- dan penelitian ini sendiri bertujuan untuk mengungkap hubungan variabel independen berupa *Islamic Social Reporting* (ISR), kinerja sosial, ukuran perusahaan terhadap variabel dependen berupa profitabilitas yang diukur menggunakan rasio *Return On Asset* (ROA).

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan didalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber lain yang telah ada. Sumber data yang dipakai dalam dalam penelitian ini berasal dari data sekunder dimana data sekunder merupakan data yang diperoleh maupun dikumpulkan berasal dari penelitian yang sudah dilakukan maupun data yang sudah ada. Data sekunder yang dipakai dalam penelitian ini dapat diperoleh melalui laporan keuangan maupun laporan tahunan (Annual Report) pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta

Islamic Index (JII) yang dapat diambil dari website www.idx.co.id maupun website resmi perusahaan. Sumber data yang diambil peneliti juga dapat berasal dari Bursa Efek Indonesia (BEI) atau www.sahamok.com.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan peneliti ini merupakan perusahaan yang terdaftar dalam Jakarta Islamic Index (JII) yang menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan serta konsisten berada dalam Jakarta Islamic Index untuk periode tahun 2021 sampai 2023.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiono, 2012). Sampel yang diambil untuk penelitian ini berasal dari perusahaan yang terdaftar secara konsisten di Jakarta Islamic Index. Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk menarik sampel adalah menggunakan metode purposive sampling. Teknik penarikan sampel metode purposive sampling merupakan teknik penarikan sampel yang diambil melalui kriteria tertentu yang telah ditetapkan. Kriteria yang ditetapkan dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah :

- a. Perusahaan yang terdaftar dan aktif dalam perhitungan saham di Jakarta Islamic Index (JII).
- b. Perusahaan melaporkan laporan tahunan periode 2021-2023 dan dipublikasikan di situs resmi perusahaan.
- c. Laporan tahunan yang disajikan dalam bentuk mata uang Rupiah (Rp).

- d. Perusahaan yang terdaftar dalam JII yang bergerak dalam bidang produk baik dagang maupun manufaktur.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian yang dilakukan, peneliti menggunakan metode dokumentasi. Metode dokumentasi adalah pengumpulan atau pencarian data menggunakan catatan, transkrip, buku, surat kabar, notulen, foto-foto atau laporan dan lainnya. Dalam penelitian ini dokumen yang digunakan sebagai data bersumber dari laporan keuangan maupun laporan tahunan (Annual Report) yang dipublikasikan oleh perusahaan yang terdaftar dalam Jakarta Islamic Index (JII) untuk tahun 2021 sampai 2023. Sedangkan data lainnya dapat digunakan sebagai data pendukung. Sumber data dalam penelitian ini dapat diperoleh dari situs resmi masing-masing perusahaan yang menyediakan data berupa laporan keuangan maupun laporan tahunan dan juga dapat juga ditemukan dalam situs resmi Bursa Efek Indonesia atau www.idx.co.id dan sejenisnya yang menerbitkan laporan perusahaan terkait.

3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *islamic social reporting*, kinerja sosial, ukuran perusahaan dan profitabilitas.

3.5.1 Variabel Dependen

Variabel dependen yang di uji didalam penelitian ini adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Profitabilitas menunjukkan perbandinga antara laba dengan aktiva atau modal dalam menghasilkan laba (Riyanto, 2001). Profitabilitas dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rasio *return on asset* (ROA). ROA merupakan hasil pengembalian aset (*Return On Assets*) yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih (Hery, 2016). ROA sendiri merupakan perhitungan profitabilitas untuk mengukur keuntungan laba bersih dari penggunaan aset perusahaan. Semakin tinggi rasio tersebut, maka hal ini menunjukkan semakin baik produktivitas aset perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Menurut Hery (2016) menghitung ROA adalah sebagai berikut berikut :

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aset}}$$

3.5.2 Variabel Independen

a. *Islamic Social Reprotng*

Variabel independen pertama dalam penelitian ini adalah ISR. Penggunaan ISR sebagai variabel independen di proksikan kedalam 6 tema dan 48 item dalam ISR.

Table 3.1

Item-item pengungkapan *Islamic Social Reputing (ISR)*

<i>item of disclosure</i>	
FINANCE AND INVESTMENT THEME	
1	Kegiatan yang mengandung Riba (beban bunga & pendapatan bunga)
2	Kegiatan yang mengandung Gharar (ketidakjelasan)
3	Zakat (jumlah dan penerima zakat)
4	Kebijakan atas pembayaran tertunda dan penghapusan piutang tak tertagih
5	Kegiatan investasi (secara umum)
6	Proyek pembiayaan (secara umum)
PRODUCT AND SERVICE THEME	
7	Persetujuan Dewan Pengawas Syariah (DPS) untuk suatu Produk
8	Glosary/definisi setiap produk
9	Pelayanan atas keluhan nasabah
EMPLOYEE THEME	
10	Komposisi karyawan
11	Jam kerja karyawan
12	Rasio gaji/tunjangan karyawan
13	Remunerasi karyawan
14	Pendidikan dan Pelatihan karyawan
15	Kesamaan peluang bagi seluruh karyawan/keterlibatan Karyawan
16	Apresiasi terhadap karyawan berprestasi
17	Kesehatan dan keselamatan karyawan
18	Lingkungan kerja
19	Waktu ibadah/religious
20	Tempat ibadah yang memadai bagi karyawan
SOCIETY (COMMUNITY INVOLVEMENT) THEME	
21	Pemberian donasi (sedekah)
22	Wakaf
23	Pinjaman untuk kebaikan (Qard Hasan)

24	Zakat, sumbangan atau sukarelawan dari kalangan karyawan atau nasabah
25	Program pendidikan (beasiswa, pembangunan sekolah, dan fasilitas pendidikan lainnya)
26	Pemberdayaan kerja para lulusan sekolah/kuliah
27	Pengembangan generasi muda
28	Peningkatan kualitas hidup masyarakat (pemberdayaan ekonomi)
29	Kepedulian terhadap anak-anak (yatim piatu)
30	Menyokong kegiatan sosial kemasyarakatan/kesehatan/olahraga
	ENVIRONMENT THEME
31	Konservasi lingkungan hidup
32	Kegiatan mengurangi efek pemanasan global (minimalisasi polusi, pengolahan air limbah, pengelolaan air bersih, dll)
33	Pendidikan mengenai lingkungan hidup
34	Penghargaan/sertifikasi lingkungan hidup
35	Sistem manajemen lingkungan hidup
	CORPORATE GORVENANCE THEME
36	Status kepatuhan terhadap syariah
37	Rincian nama dan profil dewan komisaris
38	Kinerja komisaris (pelaksanaan tanggungjawab dan jumlah rapat)
39	Remunerasi dewan komisaris
40	Remunerasi nama dan profil direksi/manajemen
41	Kinerja direksi (pelaksanaan tanggung jawab dan jumlah rapat)
42	Remunerasi dewan direksi
43	Remunerasi nama dan profil Dewan Pengawas Syariah (DPS)
44	Kinerja DPS (pelaksanaan tanggung jawab dan jumlah rapat)
45	Remunerasi Dewan Pengawas Syariah
46	Struktur kepemilikan saham
47	Kebijakan anti korupsi
48	Kebijakan anti pencucian uang dan praktek menyimpang lainnya.

Sumber : Haniffa (2002) & Othman et al., (2009)

Langkah penilaian terhadap ISR menggunakan metode pemberian nilai (*scoring*) berdasarkan 6 tema yang diungkapkan dan 48 item yang

dikembangkan dari tema tersebut. Setiap item yang diungkapkan mendapatkan nilai 1 dan nilai 0 untuk item yang tidak diungkapkan. Setelah memberikan nilai terhadap pengungkapan ISR maka rumus

$$ISR = \frac{\text{Jumlah skor dari item yang diungkapkan}}{\text{Jumlah skor maksimum}}$$

besarnya pengungkapan indeks ISR ditentukan sebagai berikut:

b. Kinerja sosial

Variabel penilaian kinerja sosial pada penelitian ini berupa tingkat pengungkapan kinerja sosial perusahaan. Kinerja sosial sendiri merupakan bentuk dari rasa tanggung jawab perusahaan atas semua aspek operasionalnya kepada stakeholder. Pengungkapan kinerja sosial perusahaan adalah proses mengkomunikasikan dampak-dampak sosial dan lingkungan dari seluruh aktivitas perusahaan yang dilakukan. Variabel ini diukur dengan melihat banyaknya pengungkapan sosial atau *CSR disclosure* yang dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan. Pengukuran variabel ini mengacu pada indeks pengungkapan CSR yang dilakukan oleh Sembiring (2006) dan indeks ini mengacu pada pengungkapan yang dilakukan oleh Hackston dan Milne (1999) dan dimodifikasi serta membagi pengungkapan CSR dalam 7 (tujuh) kategori, antara lain lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum. Ketujuh kategori tersebut kemudian dijabarkan

ke dalam item yang berjumlah 78 item pengungkapan CSR. Teknik penilaian dalam variabel ini adalah pemberian skor (scoring). Skor yang diberikan satu (1) untuk setiap item pengungkapan sosial yang disajikan oleh perusahaan, namun jika tidak menyajikan akan diberikan nilai 0.

$$CSR\ disclosure = \frac{Jumlah\ skor\ item\ pengungkapan\ sosial}{Jumlah\ item\ pengungkapan}$$

c. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah ukuran dalam besar atau kecilnya perusahaan yang dapat dinilai berdasarkan besarnya aset, ekuitas dan sebagainya yang menunjukkan total nilai perusahaan tersebut. berdasarkan Husnan, (1998) sistematika ukuran perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Size = \text{LogN of Total Aset}$$

3.6 Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis data yang digunakan guna menganalisa data dengan medeskriptifkan data yang telah ada tanpa membuat kesimpulan berlaku untuk umum (Sugiyono, 2010). Analisis deskriptif ini atau dapat disebut statisti deskriptif memberikan gambaran

dan menjelaskan variabel yang diteliti berupa angka-angka yang dapat terdiri dari rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum (*max*) dan minimum (*min*). Menurut Rusman (2015) uji statistik deskriptif digunakan agar data yang tersaji dengan ringkas dapat terlihat ukuran persebaran datanya normal atau tidak.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah uji yang dilakukan sebagai syarat sebelum melakukan analisis terhadap data yang telah dikumpulkan. Uji asumsi klasik dilakukan agar hubungan antara variabel dependen dan variabel independen tidak bias.

Uji asumsi klasik digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya penyimpangan persamaan regresi berganda yang digunakan. Pengujian uji asumsi klasik ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi variabel independen dan dependen memiliki distribusi data yang normal. Metode regresi yang baik adalah metode yang mempunyai distribusi data yang normal untuk menghindari bias. Pada prinsipnya normalitas bisa dideteksi dengan mengetahui penyebaran pada sumbu diagonal dari grafik atau dari histogram dari residualnya. Dasar dari pengambilan keputusannya jika data menyebar disekitar

garis diagonal



dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, berarti model regresi memenuhi asumsi normalitas (Ghazali, 2012).

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan kondisi dimana ada korelasi antara variabel independen satu dengan variabel lainnya. Uji multikolinieritas memiliki arti adanya hubungan linear yang sempurna, diantaranya beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi (Schochrul et al, 2011). Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan yang sempurna antara variabel independen di dalam model regresi, apakah model regresi memiliki korelasi antar variabel independen. Dalam asumsi klasik OLS (*Ordinary Least Square*) menerangkan bahwa tidak ada multikolinieritas yang sempurna antar variabel independen. Jika ada nilai korelasi antara variabel independen adalah satu maka koefisiennya : (a) koefisien untuk nilai regresi tidak dapat diperkirakan (b) nilai standard error dari nilai koefisien menjadi nilai yang tidak terhingga.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam pengujian dapat dilihat dari (1) nilai *tolerance* (TOL) dan lawannya, dan (2) *variance inflation factor* (VIF). Nilai TOL yang rendah sama dengan nilai yang tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cut off* yang

umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $<0,10$ atau dengan nilai $VIF > 10$ (Ghazali, 2012).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berguna untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2013). Dalam penelitian ini digunakan uji *glejser* untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas. Jika signifikansi dari probability $< 0,05$ maka model regresi mengandung heteroskedastisitas, dan apabila signifikansi dari probability $> 0,05$ maka model tersebut tidak mengandung heteroskedastisitas.

d. Uji autokorelasi

Uji autokorelasi memiliki tujuan menguji model-regresi mengenai ada atau tidaknya korelasi antar kesalahan pengganggu periode t dengan kesalahan periode $t-1$ (sebelumnya) (Ghazali 2002). Autokorelasi timbul karena observasi yang berurutan dan berkaitan antara satu dengan lainnya. Model regresi yang baik adalah model yang bebas dari autokorelasi (Ghazali 2012). Guna mendeteksi adanya autokorelasi dapat digunakan dengan uji Durbin Watson. Pengambilan keputusan mengenai ada atau tidaknya autokorelasi menggunakan uji Durbin Watson adalah sebagai berikut:

1. Bila nilai D-W terletak diantara angka -2 samapi +2, maka koefisien dalam regresi tidak terdapat autokorelasi.
2. Bila D-W lebih rendah dari angka -2 maka koefisien dalam regresi mengalami autokorelasi positif..
3. Bila nilai D-W leboh besar atau diatas angka +2, maka koefisien dalam regresi mengalami autokorelasi negative.

3.6.3 Uji Regresi Berganda

Model analisi yang digunakan d dalam penelitian ini menggunakan model analisi regresi berganda. Regresi linear berganda adalah perluasan dari regresi sederhana jika jumlah variabel bebas lebih dari satu (Rosyida dan Yusrina, 2017).

Dalam melakukan pengujian hipotesis penelitian ini, peneliti berniat meggunakan bantuan software *eviews* untuk windows. Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan model analisi regresi berganda. Regresi berganda bertujuan untuk memperkirakan nilai dari variabel dependen (Y) dengan memperhitungkan setiap variabel-variabel independen (X). Agar dapat memperkirakan nilai dari variabel dependen (Y) apabila semua nilai variabel independen (X) diketahui, maka dapat dilakukan analisi regresi sebagai berikut :

$$Y = a + B1X1 + B2X2 + B3X3 + e$$

Keterangan :

Y : Profitabilitas (ROA)

- a : Konstanta
- X1 : Tingkat pengungkapan ISR
- X2 : Kinerja sosial
- X3 : Ukuran Perusahaan
- B1 : Koefisien regresi ISR
- B2 : Koefisien regresi kinerja sosial
- B3 : Koefisien regresi ukuran perusahaan
- e : Standar error

Pengujian analisis regresi yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain :

3.6.4.1 Uji Signifikan Simultan (Uji-F)

Uji F dilakukan untuk memperlihatkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model memiliki pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 1998: 2003). Tujuan dilakukan uji F ini untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersamaan memberikan pengaruh kepada variabel dependen secara signifikan atau tidak. Pada uji F ini dideteksi dengan melihat nilai F-value, jika F-Value lebih besar dari F tabel, maka persamaan regresi tersebut signifikan. Uji F juga dapat dideteksi dari nilai probabilitas F, dimana jika nilai probabilitas $F < \alpha = 0,05$, maka persamaan regresi tersebut secara signifikan mempengaruhi variabel independen.

3.6.4.2 Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Uji t digunakan untuk menguji setiap hubungan dari satu atau masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji

t dilakukan dengan cara melihat dari nilai statistic t (t-star), yang bertujuan menunjukkan seberapa besar signifikan pengaruh satu variabel independen dalam individual mempengaruhi variabel dependen. Dalam uji t dapat dilihat dari nilai probabilitasnya. Hipotesis yang diajukan dapat diterima atau dapat dikatakan signifikan apabila nilai probabilitasnya lebih kecil dari 0,05. Sebaliknya jika nilai probabilitasnya lebih dari 0,05 maka hipotesisnya ditolak atau tidak signifikan.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *Islamic social reporting*, kinerja sosial dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan yang terdaftar dalam Jakarta Islamic Index 2021-2023. Pengujian statistik di dalam penelitian ini menggunakan perangkat lunak SPSS, dengan total sampel 10 perusahaan yang terdaftar di JII tahun 2021-2023 agar mendapatkan data yang konsisten dan komperatif dengan mempertimbangkan 3 tahun terakhir yang berupaya menangkap tren terbaru dalam ISR, Kinerja Sosial dan dampaknya terhadap profitabilitas perusahaan, adapun perusahaan yang terdaftar sebagai berikut :

Table 4.1
Perusahaan Sampel Terdaftar JII 2021-2023

No	Kode Saham	Nama Saham
1	ADRO	Adaro Energy Tbk
2	ASII	Astra International Tbk
3	ICBP	Indofood CBT Sukses Makmur TBK
4	SMGR	Semen Gresik Indonesia TBK
5	KLBF	Kalbe Farma TBK
6	TLMK	Telekomunikasi Indonesia TBK
7	ANTM	Aneka Tambang TBK
8	BTPS	Bank BTPN Syariah TBK
9	EXCL	XL Axiata TBK
10	SCMA	Surya Citra Media TBK

4.2 Hasil Analisis Data

4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif

Hasil Analisis data dapat dilihat pada tabel berikut :

Table 4.2
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ISR	30	16	33	28,73	4,378
Kinerja Sosial	30	59	78	68,60	5,575
Ukuran Perusahaan	30	9913	445679	119183,93	123485,091
Profitabilitas	30	1,27	23,12	8,0587	4,81581
Valid N (listwise)	30				

Pada tabel 4.2 mengenai statistik deskriptif, bahwa tingkat probabilitas menunjukkan mean 8,0587 dengan tingkat penyimpangan data 4,815, nilai maksimum 23,12 dan minimum 1,27. Nilai tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki rata rata nilai yang dihasilkan 8,0587 setiap variabel, dimana data tersebut menunjukkan variasi dalam pengungkapan Profitabilitas sebesar 4,815. ISR memiliki nilai rata-rata 28,73 dengan nilai penyimpangan 4,378 nilai maximum 33 dan nilai minimum 16, Nilai tersebut menunjukkan rata rata setiap data ISR adalah 28,73 dengan nilai variasi sebesar 4,378 sementara kinerja sosial dan ukuran perusahaan masing masing memiliki rata rata 68,60 dan 119 serta nilai maximum 78 dan 445 dan nilai minimum 59 dan 99

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Table 4.3

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,21791406
Most Extreme Differences	Absolute	,133
	Positive	,133
	Negative	-,098
Kolmogorov-Smirnov Z		,726
Asymp. Sig. (2-tailed)		,667

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil Uji Normalitas dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov tampak pada tabel 4.3 bahwa nilai signifikan sebesar 0,667 atau lebih besar dari 0,05 yang berarti sesuai metode Kolmogorov-Smirnov data berdistribusi normal.

4.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi antar variabel bebas. Apabila variabel Independen saling berkorelasi, maka variabel-

variabel tidak ortogonal yaitu variabel independen yang nilai korelasi antara semua variabel independen sama dengan nol, Tol > 0,10 dan VIF < 10. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Table 4.4

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	ISR	,900	1,111
	Kinerja Sosial	,929	1,076
	Ukuran Perusahaan	,840	1,191

a. Dependent Variable: Profitabilitas

Hasil uji pada tabel di atas didapat bahwa nilai *Islamic Social Reporting* menunjukkan hasil perhitungan pada tolerance sebesar 0,900 dan nilai VIF sebesar 1,111. Nilai tolerance Kinerja Sosial sebesar 0,929 dan nilai VIF sebesar 1,076. Dan nilai tolerance Ukuran perusahaan sebesar 0,840 dan nilai VIF sebesar 1,191. Dari hasil yang diperoleh disimpulkan bahwa seluruh nilai VIF di semua variabel kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1. Hal ini menunjukkan tidak terdapat gejala korelasi antara variabel bebas atau tidak terdapat gejala multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi.

4.3.3 Uji Heterokedastisitas

Dalam penelitian untuk meneliti heterokedastisitas ada beberapa uji salah satunya menggunakan uji *glejser*. Berikut ini merupakan hasil uji heterokedastisitas terhadap model regresi dalam penelitian ini :

Tabel 4.5**Uji Heterokedastisitas**

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5,385	6,824		,789	,437
	ISR	,026	,115	,047	,229	,820
	Kinerja Sosial	-,038	,089	-,086	-,428	,672
	Ukuran Perusahaan	-1,392E-006	,000	-,070	-,329	,745

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan Uji Heterokedastisitas dengan metode *glejser* diperoleh nilai signifikansi masing--masing variabel 0,820, 0,672, dan 0,745 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan dalam data tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

4.3.4 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem korelasi. Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.6**Uji Autokorelasi**

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,300 ^a	,090	,014	5,88311	2,330

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Kinerja Sosial, ISR

b. Dependent Variable: Profitabilitas

Pada tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat, dengan jumlah sampel 30 (tiga puluh). Atas dasar tersebut maka dapatdiketahui nilai Du yang diperoleh dari tabel durbin 1.6589. Karena nilai Dw terletak di antara nilai $du < dw < 4-du$, dimana $1.6589 < 2.330 < 2.3411$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala autokorelasi positif maupun negatif pada model regresi.

4.4 Model Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik diatas, oleh karena itu analisis regresi linear berganda dapat dilakukan pada penelitian ini. Analisis regresi linear berganda diperlukan untuk mengetahui koefisien-koefisien regresi serta signifikan sehingga dapat dipergunakan untuk menjawab hipotesis. Adapun hasil regresi linear berganda tampak pada tabel berikut :

Table 4.7

Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	40,792	11,793		3,459	,002
1 ISR	,311	,199	-,283	-1,564	,130
Kinerja Sosial	,349	,154	-,404	-2,267	,032
Ukuran Perusahaan	,006	,000	,034	,179	,049

a. Dependent Variable: Profitabilitas

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

$$Y = 40,792 + 0,311 + 0,349 + 0,006 + e$$

Keterangan :

- Y : Profitabilitas (ROA)
- a : Konstanta
- X1 : Tingkat pengungkapan ISR
- X2 : Kinerja sosial
- X3 : Ukuran Perusahaan
- B1 : Koefisien regresi ISR
- B2 : Koefisien regresi kinerja sosial
- B3 : Koefisien regresi ukuran perusahaan
- e : Standar error

Dari hasil persamaan tersebut dapat dilihat hasil sebagai berikut :

1. Konstanta (a) ,sebesar 40,792 menunjukkan bahwa apabila islamic scocial reporting, kinerja sosial, dan ukuran perusahaan diasumsikan tetap, maka nilai konstanta Profitabilitas (y) adalah 40,792.
2. Koefisien Islamic Social Reporting 0,311 menunjukkan bahwa dalam setiap kenaikan satu satuan variabel isr menyebabkan Profitabilitas (y) meningkat sebesar 0,311 dengan asumsi variabel lainnya tetap sama dengan nol.
3. Koefisien Kinerja Sosial 0,349 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel kinerja sosial menyebabkan Profitabilitas (y) meningkat sebesar 0,349 dengan asumsi variabel lainnya tetap sama dengan nol.
4. Koefisien Ukuran Perusahaan 0,006 menunjukkan bahwa dalam setiap kenaikan satu satuan variabel ukuran perusahaan menyebabkan Profitabilitas (y) meningkat sebesar 0,006 dengan asumsi variabel lainnya tetap sama dengan nol.

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) mengukur sejauh apa kemampuan model dalam menerangkan variasi pada variabel dependen. Nilai yang mendekati 1 (satu) berarti variabel-variabel independen hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan. Hasil koefisien determinasi (R²) dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.8

Hasil Uji R Square

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,483 ^a	,233	,144	4,45461

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Kinerja Sosial, ISR

Dari tabel 4.8 diketahui bahwa r square sebesar 48,30% yang berarti hal ini menunjukkan bahwa dalam variabel dependen dapat diterangkan oleh variabel independen pada model tersebut, sedangkan sisanya 51,70% oleh faktor lain yang tidak dapat diteliti dalam penelitian ini. Bisa dipengaruhi oleh faktor lain seperti investasi syariah dan perkembangan ekonomi.

4.5.2 Uji F

Uji f menunjukkan apakah variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel ataupun nilai Signifikasi.

- a. Jika $F_{Hitung} > F_{Tabel}$ atau nilai signifikasi ($sig < 0,05$) maka model penelitian dapat digunakan
- b. Jika $F_{Hitung} < F_{Tabel}$ atau nilai signifikasi ($sig > 0,05$) maka model penelitian tidak dapat digunakan.

Hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.9

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	156,637	3	52,212	2,631	,041 ^b
Residual	515,933	26	19,844		
Total	672,570	29			

a. Dependent Variable: Profitabilitas

b. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Kinerja Sosial, ISR

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat, berdasarkan nilai signifikansi 0,041 lebih kecil dari 0,05. Melihat tingkat signifikansi pada uji f maka x1, x2, dan x3 secara bersama-sama mempengaruhi y. Yang artinya semua variabel x berpengaruh terhadap y

4.5.3 Uji t

Uji t digunakan untuk menjawab hipotesis dalam penelitian.

Adapun kesimpulan jika :

Ha diterima Ho ditolak apabila t hitung > dari t tabel atau sig < 0,05

Ha ditolak Ho diterima apabila t hitung < dari t tabel atau sig > 0,05

Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.10

Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	40,792	11,793		3,459	,002
	ISR	,311	,199	-,283	-1,564	,130
	Kinerja Sosial	,349	,154	-,404	-2,267	,032
	Ukuran Perusahaan	,006	,000	,034	,179	,049

a. Dependent Variable: Profitabilitas

1. Berdasarkan tabel di atas hasil uji t diperoleh nilai signifikansi untuk variabel ISR (X1) sig sebesar 0,130 maka Ha yang diajukan peneliti ditolak dan Ho diterima. Kesimpulan bahwa *Islamic Social Reporting* (X1) tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas (Y)
2. Berdasarkan tabel diatas dari hasil uji t diperoleh nilai signifikansi untuk

variabel Kinerja Sosial (X2) sig sebesar 0,032 maka Ha yang diajukan peneliti diterima dan Ho ditolak. Kesimpulan bahwa Kinerja Sosial (X2) berpengaruh terhadap Profitabilitas (Y).

3. Berdasarkan tabel diatas hasil uji t yang diperoleh, nilai signifikansi untuk variabel Ukuran Perusahaan (X3) sig sebesar 0,049 maka Ha yang diajukan penelitian ini diterima dan Ho ditolak. Kesimpulan bahwa Ukuran Perusahaan (X3) berpengaruh terhadap Profitabilitas(Y).

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap Profitabilitas Perusahaan

Berdasarkan dari hasil Hipotesis pertama (Ha1) menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *islamic Social Reporting (ISR)* yang berarti bahwa semakin tinggi nilai isr yang dilakukan perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan, pengaruh isr yang memiliki indikator faktor investasi, sosial, lingkungan, tenaga kerja, tata kelola organisasi, dan produk jasa menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Masyarakat tidak memperhatikan laporan isr perusahaan karena kebanyakan investor berinvestasi jangka pendek (Syariah Insani, 2017). Dan juga kualitas index isr tidak mudah diukur, sedangkan isr dianggap berpengaruh pada jangka panjang dimana hasil isr tidak memberikan dampak sekarang. Hal ini juga diungkapkan karena pengungkapan isr dalam laporan tahunan yang dilakukan perusahaan tidak menimbulkan kepedulian di masyarakat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Azib (2017) dan juga Ayuningtias (2016) yang mengatakan tidak berpengaruh signifikan antara *Islamic Social Reporting (ISR)* dengan Profitabilitas (Y) karena memiliki kelemahan dan

menyebabkan laba perusahaan menurun. Didukung dengan kebiasaan investor jangka pendek yang tidak terlalu memperhatikan laporan ISR perusahaan, meskipun dalam laporan ISR memiliki indikator sosial lingkungan dan tenaga kerja, ISR akan lebih terasa pengaruhnya dalam jangka panjang sehingga tidak langsung mempengaruhi profitabilitas hal itu juga merupakan faktor pendukung bahwasanya ISR tidak berpengaruh terhadap profit suatu perusahaan.

4.6.2 Pengaruh Kinerja Sosial Terhadap Profitabilitas Perusahaan

Berdasarkan hasil hipotesis kedua (Ha2) yang didapat menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dalam Kinerja Sosial terhadap Profitabilitas Perusahaan, kinerja sosial sebagai bagian dari csr perusahaan yang pada dasarnya merupakan hubungan perusahaan dengan masyarakat mendatangkan profit bagi perusahaan itu sendiri, sehingga kinerja keuangan meningkat dan profitabilitas perusahaan meningkat. Sehingga pemanfaatan Kinerja Sosial ini berdampak secara signifikan terhadap perusahaan.

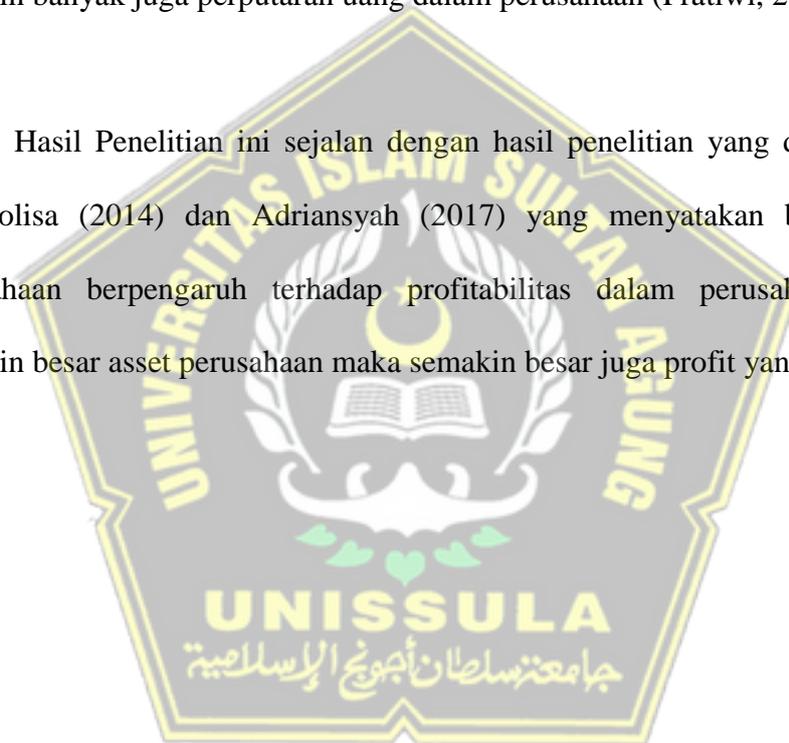
Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2013), perusahaan dengan kinerja sosial yang tinggi dan bagus dihadapkan memiliki profitabilitas keuangan yang lebih baik jika dibandingkan dengan perusahaan dengan kinerja sosial rendah, dengan meningkatnya kinerja profitabilitas perusahaan, maka kinerja keuangan perusahaan juga meningkat pula

4.6.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perusahaan

Berdasarkan Hasil Hipotesis Ketiga (Ha3) menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan dan profitabilitas perusahaan. Pengaruh antar kedua Variabel tersebut dikarenakan semakin besar ukuran

perusahaan semakin besar profitabilitasnya, yang mana pada umumnya ukuran perusahaan terbagi tiga yaitu perusahaan besar, menengah, dan kecil. Ukuran skala suatu perusahaan yang dapat diklasifikasikan besar atau kecil ada berbagai cara antara lain aktivitas, log size, nilai pasar, saham, dll (Isbanah, 2015). Persaingan yang tinggi membuat perusahaan baik besar maupun kecil berusaha menghasilkan profit dengan total asset yang dimiliki perusahaan tersebut. Semakin besar perusahaan maka akan semakin besar modal yang ditanam dan semakin banyak juga perputaran uang dalam perusahaan (Pratiwi, 2018).

Hasil Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurcholisa (2014) dan Adriansyah (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas dalam perusahaan. Dimana semakin besar asset perusahaan maka semakin besar juga profit yang diperoleh.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Islamic Social Reporting* (ISR), kinerja sosial, dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan yang terdaftar dalam Jakarta Islamic Index 2021-2023. Sehingga sampel yang digunakan sebanyak 10 dengan menggunakan data sekunder dan bantu olah dengan menggunakan alat analisis berupa SPSS. Adapun Kesimpulan dalam penelitian Berikut :

1. *Islamic Social Reporting* (ISR) tidak Berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index tahun 2021-2023
2. Kinerja Sosial Berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index tahun 2021-2023
3. Ukuran Perusahaan Berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index tahun 2021-2023

5.2 Saran

Dari Kesimpulan yang telah dikemukakan, maka penulis menyarankan untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut :

1. Penelitian selanjutnya bisa mencoba pada jenis Perusahaan lain yang lebih luas
2. Jumlah tahun pada penelitian dapat diperpanjang untuk tahun kebelakang dan kedepan (terbaru) sehingga lebih menggambarkan keadaan ekonomi lebih luas.
3. Untuk Peneliti yang ingin melakukan kajian ulang pada penelitian ini disarankan untuk menambah atau mengganti variabel lain seperti investasi syariah dan faktor eksternal ekonomi suatu negara.

4. Menambah sumber Informasi Pelengkap lainnya seperti keadaan ekonomi suatu perusahaan, perkembangan investasi perusahaan, sehingga lebih menggambarkan kondisi perusahaan



DAFTAR PUSTAKA

- Hanifa Ros. 2002. "Social Reporting Disclosure: An Islamic Perspective." **"Indonesian Management & Accounting Research."** Vol 1 No 2 pp.128-146.
- Santika Ana. 2019. "Pengaruh Islamic Social Reporting terhadap Profitabilitas (Return on Asset dan Return on Equity) Pada Bank Umum Syariah di Indonesia." **Jurnal Ekonomi Syariah.** Program Studi Ekonomi Syariah UIN Raden Intan Lampung. Vol 4, No 2. Pp. 119-132.
- Wijaya Anggita Langgeng. 2013. "Kinerja Sosial dan Kinerja Keuangan Perusahaan (Literatur Review)". **Jurnal Akuntansi dan Pendidikan.** Pendidikan Akuntansi IKIP PGRI MADIUN. Vol. 2, No. 1.
- Nurlaila H., Hendra H., Saparuddin S., Nova M. 2017. "Pengaruh Islamic Social Reporting, Umur Perusahaan dan Kepemilikan Saham publik terhadap Profitabilitas (ROA) pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) Tahun 2010-2014". **KITABAH.** UIN Sumatera utara. Vol. 1.
- Adnika Suparjan, Ali Sandy M. 2012. "Pengaruh Kinerja Sosial dan kinerja Keuangan Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Intervening Terhadap Nilai Perusahaan". **Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi.** STIE Bisnis Indonesia. Vol. 12, No 3.
- Septiana Rika A. dan Nur DP Emrinaldi. 2012. "Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di BEI 2007 s.d 2009)". **Pekbis Jurnal, Vol. 4, No. 2, Juli 2012; 71-84.** Fakultas Ekonomi Universitas Riau Pekanbaru.
- Wiranata Yulius A. dan Nugrahanti Yeterina W. 2013. "Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Profitabilitas perusahaan Manufaktur di Indonesia". **Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 15 No. 1, Mei 2013, 15-26.** FEB Kristen Satya Wacana.
- DOI: 10.9744/jak.15.1.15.26
- Darmawati. 2014. "Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Islam." **MAZAHIB.** Vol. XIII, No. 2.
- Khaerun Nissa R., Deni Lubis. 2018. "Pengungkapana Islamic Social Reporting pada Perusahaan di Jakarta Islamic Index". **Jurnal Al-Muzara'ah.** Departemen Ilmu Ekonomi Syariah IPB. Vol. 6, No. 2.