

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Pengungkapan (*Disclosure*)

2.1.1 Definisi Pengungkapan (*Disclosure*)

Kata *disclosure* memiliki arti tidak menutupi atau tidak menyembunyikan (Ghozali dan Chariri, 2007). Bila dikaitkan dengan pengungkapan informasi, *disclosure* mengandung pengertian bahwa pengungkapan informasi tersebut harus memberikan penjelasan yang cukup dan bisa mewakili keadaan yang sebenarnya dalam perusahaan. Dengan demikian, informasi harus lengkap, jelas, akurat, dan dapat dipercaya dengan mencitrakan kondisi yang sedang dialami perusahaan, baik informasi keuangan maupun non-keuangan, sehingga tidak ada pihak yang akan dirugikan. Hendriksen (1992) berpendapat bahwa untuk mencapai pengungkapan yang pantas, sebuah pengungkapan harus menjawab pertanyaan:

1. Untuk siapa informasi diungkapkan?
2. Apa tujuan dari pengungkapan informasi?
3. Berapa banyak informasi harus diungkapkan?

Untuk pertanyaan bagaimana dan kapan informasi harus diungkapkan termasuk penting, akan tetapi tidak lebih penting daripada tiga pertanyaan awal. Pertanyaan tersebut sama dengan pendapat Evans (2003), akan tetapi Evans mengikut sertakan pertanyaan “kapan informasi harus diungkapkan”. Evans (2003) berpendapat bahwa pengungkapan berarti menyampaikan informasi dalam laporan keuangan, termasuk laporan keuangan itu sendiri, catatan atas laporan keuangan, dan pengungkapan

tambahan yang berkaitan dengan laporan keuangan. Pengungkapan menurut Evans hanya terbatas pada hal-hal yang menyangkut pelaporan keuangan, tidak termasuk dengan pernyataan umum atau *private* yang dibuat untuk manajemen atau informasi yang disampaikan di luar lingkup pelaporan keuangan.

2.1.2 Jenis dan Tingkat Pengungkapan

Darrough (1998) dalam Putra (2009) mengemukakan ada dua jenis pengungkapan dalam hubungannya dengan persyaratan standar, yaitu :

1. *Mandated Disclosure* (Pengungkapan Wajib)

Merupakan pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh standar akuntansi yang berlaku. Pengungkapan wajib akan memaksa perusahaan apabila perusahaan tidak mau mengungkapkan informasinya secara sukarela.

2. *Voluntary Disclosure* (Pengungkapan Sukarela)

Merupakan butir-butir pengungkapan yang dilakukan sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh peraturan yang berlaku.

Hendriksen (1992) menyatakan bahwa pengungkapan dalam pengertian terluas hanya berarti penyampaian (*release*) informasi. Hendriksen (1992) dan Evans (2003) membagi tingkat pengungkapan menjadi tiga konsep pengungkapan yang bergantung pada peraturan yang dianggap paling diinginkan. Tiga konsep pengungkapan tersebut adalah:

1. *Adequate disclosure* (Pengungkapan cukup)

Konsep yang sering digunakan adalah *Adequate Disclosure*, yaitu pengungkapan minimum yang dinyatakan oleh peraturan yang berlaku, dimana angka-angka yang disajikan dapat diinterpretasikan dengan benar oleh investor.

2. *Fair disclosure* (Pengungkapan wajar)

Fair disclosure adalah pengungkapan yang secara tidak langsung merupakan tujuan etis agar memberikan perlakuan yang sama kepada semua pemakai laporan dengan menyediakan informasi yang layak terhadap pembaca potensial.

3. *Full disclosure* (Pengungkapan penuh)

Full disclosure adalah pengungkapan yang mengimplikasikan penyajian dari seluruh informasi yang relevan. Pengungkapan ini sering dianggap berlebihan. Hendriksen berpendapat terlalu banyak informasi akan membahayakan, karena penyajian atas informasi tidak penting yang rinci akan mengaburkan informasi yang signifikan dan membuat laporan sulit untuk diinterpretasikan.

2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

2.2.1 Definisi CSR

The World Bussines Council for Sustainable Development (WBCSD), mendefinisikan CSR sebagai komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku dan bertindak etis dan memberi kontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, meningkatkan kualitas hidup para karyawan beserta keluarganya, dan juga meningkatkan kualitas hidup komunitas setempat dan masyarakat luas. Sedangkan Tazkiyah (2007) mendefinisikan CSR sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerjasama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas hidup dengan cara-cara yang bermanfaat baik bagi bisnis maupun untuk pembangunan.

Dusuki dan Dar (2005), CSR perusahaan adalah standar perilaku perusahaan yang harus dipenuhi untuk memberikan dampak positif dan produktif bagi masyarakat sekaligus mempertahankan nilai perusahaan selain memaksimalkan keuntungan semata.

Mereka juga menambahkan bahwa setiap perusahaan memiliki dua macam tanggung jawab, yaitu komersial untuk menjalankan bisnisnya dengan sukses dan sosial untuk menjalankan peran mereka dimasyarakat dan komunitas sekitar.

Daykin (2006) menyatakan bahwa tujuan utama dari pelaporan sosial perusahaan adalah untuk melihat dampak dari tindakan perusahaan pada kualitas kehidupan masyarakat. Pengungkapan mengenai pelaporan sosial perusahaan bisa didapat dari pelaporan tahunan perusahaan, pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan, pelaporan berkelanjutan perusahaan, ataupun pelaporan tata kelola perusahaan. Putra (2009) dalam penelitiannya analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial serta hubungan pengungkapan tanggung jawab sosial dengan reaksi investor membuat kesimpulan berdasarkan penelitian-peneliti sebelumnya bahwa secara garis besar manfaat CSR adalah :

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
2. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
3. Mereduksi resiko bisnis perusahaan.
4. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional perusahaan.
5. Membuka peluang pasar yang lebih besar.
6. Mereduksi biaya, misalnya terkait dengan pembuangan limbah.
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
10. Peluang mendapatkan penghargaan.

Hal tersebut menunjukkan bahwa manfaat CSR yang dibangun berdasarkan visi tanggung jawab sosial perusahaan bisa didapatkan oleh kedua-belah pihak dan juga

sejalan dengan prinsip kemasyarakatan bersama yang dikembangkan melalui berbagai program kegiatan CSR.

Di Indonesia adapun undang-undang yang mengatur mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial diatur dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pengertian tanggung jawab sosial dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007 adalah, “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”. Dalam undang-undang juga disebutkan bahwa salah satu laporan yang harus dimuat dalam laporan tahunan adalah laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

2.2.2 Pengungkapan CSR dalam Perspektif Islam

Dalam prinsip-prinsip Islam juga mengenal konsep mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Al Attas (1996) dalam Fitria dan Hartanti (2010), dalam Islam, manusia bertanggung jawab terhadap Allah SWT dalam melaksanakan aktivitasnya dan segenap aktivitas dijalankan untuk mencapai Ridho-Nya. Sehingga hubungan dan tanggung jawab antara manusia dengan Allah SWT ini akan melahirkan kontrak religius yang lebih kuat dan bukan sekedar kontrak sosial belaka. Ahmad (2002) juga menyatakan bahwa lembaga yang menjalankan bisnisnya berdasarkan syariah dan hakekatnya mendasar pada filosofi dasar Al-Quran dan Sunah, akan menjadikan dasar bagi pelakunya dalam berinteraksi dengan lingkungan dan sesamanya. Oleh karena itu ikatan hubungan antara institusi dengan lingkungannya dalam konsep syariah akan lebih kuat dibandingkan dengan konsep konvensional, karena syariah didasarkan pada dasar-dasar religius (Fitria & Hartanti, 2010).

Baydoun dan Willet (2000) menyarankan bahwa dari perspektif pelaporan perusahaan terdapat dua prinsip penting yang mendasari konsep akuntabilitas dalam Islam yaitu, prinsip pengungkapan penuh dan konsep pertanggungjawaban sosial. Konsep dari akuntabilitas sosial dalam Islam adalah terkait dengan prinsip pengungkapan penuh, yaitu mengungkapkan segala sesuatu yang dipercaya sebagai informasi penting bagi pengguna laporan perusahaan muslim untuk bertanggung jawab kepada Allah SWT. Oleh karena itu konsep pengungkapan penuh juga terkait dengan pertanggungjawaban.

Haniffa dan Hudaib (2002) menyatakan bahwa pengungkapan penuh dalam laporan tahunan atas informasi yang relevan dan *reliable* akan membantu investor muslim dalam kedua keputusan yaitu ekonomi dan religius, dan juga membantu manajer dalam memenuhi akuntabilitas mereka terhadap Allah SWT dan masyarakat. Tazkiyah (2007) menyatakan bahwa pengungkapan yang dilakukan tidak hanya terbatas pada sampai sejauh mana perusahaan telah meningkatkan kesejahteraan *stakeholder*-nya tetapi juga termasuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, sehingga memaksa perusahaan untuk membuat pengungkapan yang lebih luas. Tujuan pengungkapan yang sesuai dengan syariah secara umum ingin menggambarkan pemenuhan tanggung jawab dan tugas kepada Tuhan YME, masyarakat dan individual.

2.3 Islamic Social Reporting (ISR)

Haniffa (2002) mengatakan dalam perspektif Islam pengungkapan terdiri dari dua persyaratan umum, yaitu pengungkapan penuh dan sosial akuntabilitas. Konsep sosial akuntabilitas berhubungan dengan prinsip pengungkapan penuh dengan tujuan melayani kepentingan publik. Dalam konteks Islam, umat (masyarakat) memiliki hak untuk mengetahui efek operasional suatu organisasi terhadap kesejahteraan dan hal ini

disarankan dalam persyaratan syariah untuk mengetahui apakah perusahaan tetap melakukan operasional sesuai syariah dan mengetahui apakah tujuan yang ditetapkan telah dicapai.

Dengan adanya konsep tanggung jawab sosial dalam Islam maka meningkat pula keinginan untuk membuat pelaporan ataupun pengungkapan sosial yang bersifat syariah. Hanya saja sampai saat ini belum ada standar pelaporan tanggung jawab sosial secara syariah yang bisa dijadikan patokan standar secara internasional. AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*) sebagai organisasi yang mengembangkan akuntansi dan auditing bagi lembaga keuangan syariah di tingkat dunia sudah mengeluarkan standar mengenai kerangka dasar dan laporan keuangan syariah, akan tetapi standar tersebut tidak dapat dijadikan sebagai suatu standar atas pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah karena tidak menyebutkan keseluruhan item-item terkait pelaporan tanggung jawab sosial yang harus diungkapkan oleh perusahaan. Salah satu cara untuk menilai pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan secara syariah yaitu dengan menggunakan indeks *Islamic Social Reporting* (ISR). Haniffa (2002), ISR adalah perpanjangan pelaporan sosial yang meliputi tidak hanya harapan dewan pengurus atas pandangan masyarakat terhadap peran perusahaan dalam ekonomi tetapi juga pemenuhan perspektif spiritual untuk pengguna laporan yang muslim. Tujuan utama ISR adalah untuk menunjukkan apakah organisasi tersebut telah sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Selain itu ISR juga menunjukkan kegiatan organisasi yang telah mempengaruhi kesejahteraan masyarakat Islam dan untuk membantu muslim melakukan kewajiban religiusnya (Maali *et al.*, 2006). Selain itu, indeks ISR juga menekankan pada keadilan sosial terkait pelaporan mengenai lingkungan, kepentingan minoritas dan karyawan. Dalam penelitian ini,

penulis menggunakan indeks *Islamic Social Reporting* yang dirancang oleh Othman *et al.* (2009). Berikut adalah enam tema pengungkapan dalam kerangka ISR yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Pendanaan dan Investasi

a. Riba (*interest-free*)

Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 278-279, kegiatan yang mengandung riba dan *gharar* dilarang haram dalam Islam (Othman dan Thani, 2010). Ayat di atas menjelaskan bahwa salah satu ciri orang-orang beriman adalah orang-orang yang meninggalkan riba dalam kegiatan bisnisnya karena sesungguhnya Allah SWT telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba (Q.S. Al-Baqarah: 275). Namun, dalam lingkungan bisnis sekarang ini sulit untuk menemukan perusahaan yang tidak memiliki hubungan sama sekali dengan sistem politik dan ekonomi konvensional.

b. *Gharar* (ketidakpastian)

Gharar merupakan ketidakpastian yang terjadi akibat *incomplete information* dalam lima hal, yakni dalam kuantitas, kualitas, harga, waktu penyerahan, dan akad. Salah satu contoh dari transaksi yang mengandung *gharar* adalah transaksi *lease and purchase* (sewa-beli) karena ada ketidakjelasan antara akad beli atau akad sewa yang sebenarnya berlaku (Nurhayati dan Wasilah, 2009). Oleh karena itu, untuk menjunjung tinggi nilai transparansi kepada masyarakat, seluruh sumber pembiayaan dan investasi yang mengandung riba dan *gharar* harus diidentifikasi dan dilaporkan secara jelas.

c. Zakat

Zakat merupakan kewajiban bagi seluruh umat Muslim atas harta benda yang dimiliki ketika mencapai nisab, Allah SWT memerintahkan umat-Nya untuk mendirikan shalat dan menunaikan zakat (Q.S. Al-Baqarah: 43). Apabila manusia tidak memenuhi kewajibannya untuk mendirikan shalat dan membayar zakat, Allah SWT akan memberikan balasan yang setimpal di akhirat kelak. Oleh karena itu, sebagai bentuk kepatuhan terhadap perintah Allah SWT dan wujud akuntabilitas perusahaan kepada masyarakat, sudah seharusnya perusahaan-perusahaan yang sesuai dengan prinsip syariah mengeluarkan zakat dan mengungkapkan praktik pembayaran zakat tersebut dalam laporan tahunannya.

d. Kebijakan atas keterlambatan pembayaran utang

Penangguhan atau penghapusan utang harus dilakukan dengan adanya penyelidikan terlebih dahulu kepada pihak debitur terkait ketidakmampuannya dalam pembayaran piutang, penangguhan atau penghapusan utang merupakan suatu bentuk sikap tolong-menolong yang dianjurkan didalam Islam.

e. *Value Added Statement*

Kriteria pengungkapan selanjutnya adalah *Value added* (nilai tambah) didefinisikan oleh Staden (2000) sebagai nilai yang tercipta dari hasil aktivitas perusahaan dan karyawan-karyawannya. Sedangkan *value added statement* merupakan pernyataan yang melaporkan perhitungan nilai tambah tersebut serta aplikasinya di antara para pemangku kepentingan perusahaan. Ditinjau dari segi bahasa, *value added statement* mengandung arti pernyataan nilai tambah, akan tetapi dewasa ini istilah *value added statement* lebih merujuk pada laporan pertambahan nilai. Di Indonesia, laporan pertambahan nilai belum berkembang

seperti di negara-negara maju. Oleh karena itu, dalam penelitian ini *value added statement* merujuk pada pernyataan nilai tambah yang ada dalam laporan tahunan perusahaan.

2. Produk dan Jasa

a. Produk yang ramah lingkungan

Barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan sudah seharusnya diungkapkan secara menyeluruh di laporan tahunan, Allah SWT tidak memperbolehkan makhluk-Nya untuk berbuat kerusakan di muka bumi (Q.S. Al-A'raf: 56). Kerusakan yang terjadi di bumi bukan hanya isu nasional bagi satu negara saja, melainkan juga isu internasional di seluruh belahan dunia. Bentuk-bentuk kerusakan tersebut antara lain: pemanasan global (*global warming*), efek rumah kaca, polusi air bersih, polusi udara, kekeringan, hutan gundul, dan lain-lain. Oleh karena itu, dewasa ini perusahaan-perusahaan di seluruh di dunia dituntut agar dapat menciptakan produk atau jasa yang ramah lingkungan atau lebih dikenal dengan *green product*.

b. Status kehalalan produk

Identifikasi mengenai halal atau haram suatu produk atau jasa juga harus diungkapkan dalam laporan tahunan. Secara logis, tujuannya agar para pemangku kepentingan mengetahui apakah barang atau jasa tersebut diperbolehkan (halal) atau dilarang (haram) oleh ajaran Islam. Seluruh produk atau jasa yang masuk dalam kategori haram, seperti minuman keras, babi, senjata tajam, judi, dan hiburan harus diungkapkan dalam laporan tahunan dan diidentifikasi kontribusinya terhadap laba perusahaan (Haniffa, 2002). Penting bagi para

pemangku kepentingan Muslim untuk mengetahui apakah barang atau jasa tersebut halal atau haram guna membantu mereka dalam mengambil keputusan.

c. Kualitas dan keamanan suatu produk

Kualitas dan keamanan produk juga merupakan aspek yang tidak kalah penting bagi para pemangku kepentingan, terutama konsumen, barang atau jasa yang aman dan berkualitas tinggi akan meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan sudah seharusnya mengungkapkan keamanan dan kualitas barang atau jasa dalam laporan tahunannya agar para pemangku kepentingan tidak meragukan kredibilitas produk-produk yang telah dihasilkan perusahaan.

d. Pelayanan pelanggan

Secara teori, kepuasan pelanggan tidak hanya berhenti sampai kegiatan jual beli, tetapi juga berlanjut pada kegiatan pelayanan setelah pembelian. Salah satu bentuk kebijakan yang berorientasi pelanggan adalah pelayanan terhadap keluhan pelanggan setelah proses jual beli.

3. Karyawan

Dalam ISR, segala sesuatu yang berkaitan dengan karyawan berasal dari konsep etika amanah dan adil, karyawan harus diperlakukan secara adil dan dibayar secara wajar. Selain itu, pemberi kerja juga harus memenuhi kewajiban terhadap karyawan dalam hal kebutuhan spiritual mereka (Haniffa, 2002). Selanjutnya, Haniffa (2002) dan Othman dan Thani (2010) memaparkan bahwa masyarakat Islam ingin mengetahui apakah karyawan-karyawan perusahaan telah diperlakukan secara adil dan wajar melalui informasi-informasi yang diungkapkan, seperti upah, karakteristik pekerjaan,

jam kerja per hari, libur tahunan, jaminan kesehatan dan kesejahteraan, kebijakan terkait waktu dan tempat ibadah, edukasi dan pelatihan, kesetaraan hak, dan lingkungan kerja.

Sesuai dengan penjelasan di atas, kriteria pengungkapan pada tema karyawan yang digunakan dalam penelitian ini adalah jam kerja, hari libur dan cuti, tunjangan, remunerasi, pendidikan dan pelatihan kerja, kesetaraan hak antara pria dan wanita, keterlibatan karyawan dalam diskusi manajemen dan pengambilan keputusan, kesehatan dan keselamatan kerja, lingkungan kerja, karyawan dari kelompok khusus (misalnya cacat fisik, mantan narapidana, mantan pecandu narkoba), karyawan tingkat atas melaksanakan ibadah bersama-sama dengan karyawan tingkat menengah dan tingkat bawah, karyawan Muslim diperbolehkan menjalankan ibadah di waktu- waktu shalat dan berpuasa saat Ramadhan, dan tempat ibadah yang memadai. Ketigabelas kriteria tersebut terdapat dalam lampiran 1.

4. Masyarakat

Islam sangat menjunjung tinggi kebutuhan masyarakat di atas kebutuhan individu. Bentuk saling berbagi dan saling meringankan beban orang lain dapat dilakukan dengan sedekah, wakaf, dan *qard hassan* (meminjamkan sesuatu tanpa mengambil keuntungan). Jumlah dan pihak yang menerima bantuan harus diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Selain itu, segala bentuk bantuan dan kontribusi yang diberikan perusahaan kepada masyarakat juga harus diungkapkan secara jelas (Q.S. Al-Baqarah: 271). Perusahaan memberikan bantuan dan kontribusi kepada masyarakat dengan tujuan semata-mata untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan membantu memecahkan permasalahan sosial di masyarakat, seperti membantu memberantas buta aksara atau meningkatkan angka melek huruf, memberikan beasiswa, dan lain-lain (Othman dan Thani, 2010).

Dengan demikian, kriteria-kriteria dalam tema masyarakat yang digunakan dalam penelitian ini adalah sedekah, donasi, atau sumbangan, wakaf, *qard hassan*, sukarelawan dari kalangan karyawan, beasiswa sekolah, pemberdayaan kerja para lulusan sekolah/kuliah, pembangunan tunas muda, peningkatan kualitas hidup masyarakat miskin, kepedulian terhadap anak-anak, kegiatan amal atau kegiatan sosial, dan menyokong kegiatan-kegiatan kesehatan, hiburan, olahraga, budaya, pendidikan, dan keagamaan. Kesebelas kriteria tersebut dipaparkan dalam lampiran 1.

5. Lingkungan

Islam mengajarkan kepada seluruh umatnya untuk menjaga, memelihara, dan melestarikan bumi beserta isinya. Dengan kata lain, perusahaan tidak seharusnya terlibat dalam aktivitas-aktivitas yang merusak dan membahayakan lingkungan. Haniffa (2002) menegaskan bahwa penting bagi seluruh makhluk hidup untuk melindungi lingkungan di sekitarnya. Konsep yang mendasari tema lingkungan dalam ISR adalah *mizan*, *i'tidal*, *khilafah*, dan *akhirah*. Konsep-konsep tersebut menekankan pada prinsip keseimbangan, kesederhanaan, dan tanggung jawab dalam menjaga lingkungan. Oleh karena itu, informasi-informasi yang berhubungan dengan penggunaan sumber daya dan program-program yang digunakan untuk melindungi lingkungan harus diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan (Othman dan Thani, 2010).

Dengan demikian, kriteria pengungkapan yang digunakan dalam penelitian ini adalah konservasi lingkungan, kegiatan mengurangi efek terhadap pemanasan global, pendidikan mengenai lingkungan, pernyataan verifikasi independen atau audit lingkungan, dan sistem manajemen lingkungan. Kelima kriteria tersebut terdapat dalam lampiran 1.

6. Tata Kelola Perusahaan (*Corporate Governance*)

Tata kelola perusahaan dalam sistem ekonomi Islam memiliki cakupan yang lebih luas dibandingkan dengan tata kelola perusahaan dalam sistem ekonomi konvensional, kemunculan tata kelola perusahaan dalam Islam berasal dari konsep khalifah. (Abu-Tapanjeh, 2009). Menurut Kasri (2009), perbedaan utama tata kelola perusahaan dalam sistem Islam dan sistem konvensional terletak pada aspek filosofi yang mencakup tujuan perusahaan, jenis keterlibatan kontrak, tokoh kunci dalam praktik tata kelola perusahaan, serta hubungan di antara para pemain kunci tersebut. Dalam perspektif Islam, praktik tata kelola perusahaan merupakan salah satu bentuk kewajiban umat Muslim terhadap Allah SWT sehingga tercipta kontrak “implisit” antara manusia dengan Allah SWT dan kontrak “eksplisit” antara manusia dengan sesama manusia.

Berdasarkan pembahasan dan penyesuaian di atas, kriteria-kriteria pengungkapan tema tata kelola perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah status kepatuhan terhadap syariah, struktur kepemilikan saham, profil Dewan Direksi, pengungkapan ada atau tidaknya praktik monopoli usaha, pengungkapan ada atau tidaknya praktik menimbun bahan kebutuhan pokok, pengungkapan ada atau tidaknya praktik manipulasi harga, pengungkapan ada atau tidaknya perkara hukum, dan kebijakan anti korupsi. Kedelapan kriteria tersebut disajikan dalam Lampiran 1.

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Hipotesis Ukuran Perusahaan dan *Islamic Social Reporting*

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dihitung dengan beberapa metode. Semakin besar ukuran perusahaan, biasanya informasi yang tersedia untuk investor dalam pengambilan keputusan sehubungan dengan investasi dalam perusahaan tersebut semakin banyak (Siregar dan Utama, 2005). Selain itu,

perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* terhadap informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Hal tersebut berkaitan dengan teori *stakeholders*, perusahaan yang besar biasanya memiliki aktivitas yang lebih banyak dan lebih kompleks, mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki *shareholder* yang lebih banyak dan mendapat perhatian lebih dari *stakeholder*. Menurut Hossain *et al.* (2006), ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan jumlah karyawan, total aset, dan volume penjualan.

Penelitian Othman *et al.* (2009), dan Raditya (2012) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan ISR. Sedangkan penelitian Ayu (2010) dan Aldehita (2014) menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan ISR. Othman *et al.* (2009) berpendapat bahwa perusahaan besar memiliki sumber daya lebih dalam hal keuangan, fasilitas dan sumber daya manusia untuk lebih mengungkapkan ISR, sehingga perusahaan yang berukuran besar mungkin akan mengungkapkan lebih banyak informasi bahkan dengan tidak adanya standar atau pedoman yang harus diikuti.

Berdasarkan hasil penelitian dan pendapat para peneliti sebelumnya penelitian ini menduga bahwa perusahaan yang lebih besar akan melakukan pengungkapan ISR secara lebih luas dibandingkan perusahaan yang berukuran lebih kecil karena dengan ukuran perusahaan yang besar maka tanggung jawab perusahaan akan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitarnya akan semakin diperhatikan. Selain itu perusahaan yang lebih besar mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dalam laporan tahunan, yang merupakan media untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial keuangan perusahaan. Banyaknya pemegang saham menandakan jika perusahaan tersebut memerlukan lebih

banyak pengungkapan yang dikarenakan adanya tuntutan dari para pemegang saham dan para analisis pasar modal. Dengan demikian penelitian ini merumuskan ke dalam hipotesis:

H1: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan ISR

2.4.2 Hipotesis Profitabilitas dan *Islamic Social Reporting*

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan cerminan suatu pendekatan manajemen dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan multidimensional serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat. Perusahaan yang berada pada posisi menguntungkan akan cenderung melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas dalam laporan tahunannya. Menurut Foster (1986) dalam Kusuma (2008) menyatakan bahwa perusahaan yang mampu menghasilkan laba memiliki insentif untuk membedakan diri dengan perusahaan lain yang kurang profitable. Salah satu cara untuk membedakan diri adalah dengan memberikan informasi sukarela lebih banyak ke dalam pengungkapan informasi. Sehingga semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba, diharapkan perusahaan memberikan lebih banyak pengungkapan. Profitabilitas dapat diukur dengan beberapa cara, antara lain ROA, ROE, *profit before tax*, deviden dalam suatu periode, margin keuntungan, tingkat penegmbalian, dan lain-lain.

Penelitian sebelumnya Othman *et al.* (2009), Ayu (2010) dan Raditya (2012) membuktikan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan ISR. Sedangkan penelitian Kariza (2014) menemukan bahwa profitabilitas tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan ISR. Hasil ini selaras dengan hasil pemaparan Haniffa (2002) yang menyatakan bahwa

dalam pandangan Islam perusahaan yang memiliki niat untuk melakukan pengungkapan penuh tidak akan mempertimbangkan apakah perusahaan tersebut untung atau rugi.

Berdasarkan pembahasan di atas dan hasil penelitian terdahulu, penelitian ini menduga bahwa perusahaan dengan profitabilitas yang lebih tinggi akan mengungkapkan ISR secara lebih luas. Janggu (2004) berpendapat bahwa perusahaan dengan profitabilitas yang lebih tinggi kemungkinan akan mengungkapkan informasi yang lebih luas dibandingkan perusahaan dengan profitabilitas yang lebih sedikit. perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan cenderung memberikan informasi yang lebih rinci, sebab mereka ingin meyakinkan investor akan profitabilitas perusahaan. Selain itu untuk perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi lebih memiliki kesempatan untuk melakukan tanggung jawab sosial dengan tetap memiliki kepercayaan investor. Oleh karena itu, suatu perusahaan yang memiliki profit lebih besar harus lebih aktif melaksanakan tanggung jawab sosial. Dengan demikian penelitian ini merumuskan ke dalam hipotesis :

H2 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan ISR

2.4.3 Hipotesis Umur Perusahaan dan *Islamic Social Reporting*

Umur perusahaan menunjukkan perusahaan tetap eksis, mampu bersaing dan memanfaatkan peluang bisnis dalam suatu perekonomian (Yularto dan Chariri, 2003). Owusu-Ansah (1998) menjelaskan bahwa terdapat tiga alasan mengapa perusahaan dengan umur yang lebih tua akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan dengan umur yang lebih muda. Pertama, perusahaan dengan umur yang lebih muda akan mengalami kerugian kompetitif apabila ia mengungkapkan mengenai pengeluaran riset, pengeluaran modal, dan pengembangan produk. Kedua, biaya dan kemudahan dalam mengumpulkan, mengolah, dan

menyebarkan informasi yang diperlukan juga dapat dianggap sebagai kendala. Biaya-biaya tersebut merupakan biaya yang sangat besar bagi perusahaan dengan umur yang lebih muda. Ketiga, perusahaan dengan umur yang lebih muda tidak memiliki *track record* yang dapat diandalkan dalam melakukan pengungkapan publik. Dalam penelitian ini, umur perusahaan dihitung sejak perusahaan listing atau terdaftar di Bursa Efek.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hossain dan Hammami (2009), dan Omar dan Simon (2011) membuktikan bahwa umur perusahaan mempunyai pengaruh signifikan dan positif dengan tingkat pengungkapan wajib maupun sukarela. Sedangkan penelitian Lestari (2010) dan Raditya (2012), hasil penelitian keduanya membuktikan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan ISR.

Berdasarkan pembahasan di atas dan hasil penelitian terdahulu, penelitian ini memperkirakan bahwa perusahaan dengan umur yang lebih tua akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah yang lebih luas. Menurut Akhtaruddin (2005), perusahaan dengan umur yang lebih tua akan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih banyak dalam laporan tahunannya dengan tujuan untuk meningkatkan reputasi dan citra perusahaan di pasar.

H3: Umur perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan ISR.

2.5 Kerangka Konsep Penelitian

Gambar 2.1 mengilustrasikan kerangka yang akan mendukung dalam penelitian ini, kerangka konsep penelitian ini akan menjelaskan tiga faktor perusahaan yang berpengaruh dalam mengungkapkan ISR. Ketiga faktor tersebut antara lain ukuran perusahaan, profitabilitas, umur perusahaan.

Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian