

Pengaruh Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Pemoderasi Pada Perusahaan Di JII

M.Yusuf¹ dan Nurul Shayida²

Program Studi Akuntansi, Universitas Islam As-Syafi'iyah
nurulshyd@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan *islamic social reporting* dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* periode 2013-2017. Populasi penelitian meliputi semua perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* periode 2013-2017. Sampel diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria tertentu, selama periode penelitian. Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan dan penggunaan data panel maka diperoleh jumlah data yang dapat diolah sebanyak 85 data. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda yang diolah dengan menggunakan SPSS 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *islamic social reporting*. (2) *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *islamic social reporting*. (3) profitabilitas yang di moderasi melalui ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *islamic social reporting*. (4) *leverage* yang di moderasi melalui ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *islamic social reporting*.

Kata kunci: Pengungkapan *Islamic Social Reporting*, Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of profitability and leverage on disclosure of Islamic social reporting with company size as a moderating variable in companies listed in the Jakarta Islamic Index for the period 2013-2017. The study population includes all companies listed in the Jakarta Islamic Index for the 2013-2017 period. Samples were taken using purposive sampling method with certain criteria, during the study period. Based on predetermined criteria and the use of panel data, 85 data can be processed. The data analysis method used is multiple linear regression which is processed using SPSS 20. The results of this study indicate that: (1) profitability has a positive and significant effect on islamic social reporting disclosure. (2) leverage does not affect islamic social reporting disclosure. (3) profitability moderated through company size does not affect on islamic social reporting disclosure. (4) leverage that is moderated through company size has a positive and significant effect islamic social reporting disclosure.

Keywords: *Islamic Social Reporting Disclosure, Profitability, Leverage and Company Size*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di era modernisasi, kehidupan manusia terus berjalan menyesuaikan zaman dan kemajuan teknologi semakin pesat. Dalam kondisi ini mempengaruhi gaya hidup manusia dalam segala aspek kehidupan, seperti halnya dalam bermaksiat. Di antara bentuk kemaksiatan yang mengalami modernisasi pola ialah praktik riba. Riba ini biang kehancuran ekonomi umat. Sudah banyak orang yang memodifikasi riba sedemikian rupa, sampai ada yang mempercayai riba sebagai “pilar utama” perekonomian umat manusia (Arif, 2015).

Riba sendiri dalam bahasa Indonesia mempunyai arti bertambah, tambahan, subur. Secara terminologis, riba secara umum didefinisikan sebagai melebihi keuntungan (harta) dari salah satu pihak terhadap pihak lain dalam transaksi jual beli atau pertukaran barang yang sejenis dengan tanpa memberikan imbalan terhadap kelebihan tersebut. Prinsip riba adalah memupuk keuntungan tanpa menghiraukan kepentingan individu lain termasuk masyarakat atau aspek-aspek sosial lainnya. Dalam Islam, praktik riba tidak akan meningkatkan kekayaan secara merata tetapi justru terakumulasi pada segelintir orang pemilik modal sebab keuntungan yang merupakan riba tidak diraih melalui transaksi yang adil, jujur dan menghormati orang lain. Dan Seluruh fuqaha’ sepakat bahwa hukum riba ini di dalam al-qur’an dan hadist adalah haram.

Maka dari itu, pentingnya pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap perusahaan guna mengetahui praktik riba yang terjadi dalam perusahaan tersebut. Tanggung jawab sosial saat ini sudah menjadi wacana yang umum dalam dunia bisnis dan telah banyak dilakukan serta diterapkan oleh perusahaan maupun perbankan di Indonesia. Isu tanggung jawab sosial selalu menjadi sorotan penting dari waktu ke waktu, karena konsep tersebut merupakan inti dari etika bisnis. Tanggung jawab sosial merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab single bottom line, yaitu hanya pada kondisi keuangan. Namun dengan berkembangnya konsep triple bottom line yang dikemukakan oleh John Elkington, perusahaan kini dihadapkan pada tiga konsep yaitu profit, people dan planet (Apriyanti dan Budiasih, 2016).

Konsep tanggung jawab sosial kini tidak hanya berkembang di ekonomi konvensional saja, tetapi saat ini sudah berkembang dalam ekonomi Islam. Konsep tanggung jawab sosial dalam Islam erat kaitannya dengan perusahaan-perusahaan yang menjalankan kegiatan bisnisnya sesuai dengan konsep syariah. Perusahaan-perusahaan tersebut sangat diharapkan dapat melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaannya secara baik dan konsisten terhadap nilai-nilai Islam (Widiawati dan Raharja, 2012).

Kerangka pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dikenal dengan Islamic Social Reporting (ISR). Prinsip syariah merupakan landasan dasar atas terbentuknya ISR yang komprehensif. Prinsip syariah dalam ISR menghasilkan aspek-aspek material, moral serta spiritual yang menjadi fokus utama dari pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan (Kusuma dan Jumariah, 2016).

ISR merupakan tolak ukur pelaksanaan tanggung jawab sosial syariah yang berisi kompilasi item item standar tanggung jawab sosial yang ditetapkan oleh Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions (AAOIFI). Indeks pengungkapan sosial untuk entitas Islam mengungkapkan hal-hal yang berkaitan dengan prinsip Islam seperti transaksi yang sudah terbebas dari unsur riba, spekulasi dan gharar, mengungkapkan zakat, status kepatuhan syariah serta aspek-aspek sosial seperti

sodaqoh, wakaf, qordul hasan sampai dengan pengungkapan peribadahan di lingkungan perusahaan (Maulida dkk, 2014).

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba (keuntungan). Perusahaan dengan profit yang lebih tinggi memiliki kecenderungan untuk melakukan intervensi kebijakan, termasuk dalam pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Taufik dkk (2015) serta Anggraini dan Wulan (2015) bahwa profitabilitas berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan ISR. Namun, hal berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Verawaty dkk (2016) bahwa profitabilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan ISR.

Kemudian adalah leverage yang merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi pembayaran semua kewajibannya, baik kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang. Perusahaan yang mempunyai tingkat leverage yang rendah tentunya akan menarik minat investor dalam menanamkan modalnya, karena investor tidak khawatir akan kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan kewajibannya. Hal ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Sulistyawati dan Yuliani (2017) dan Wulandari (2015) bahwa leverage berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan ISR. Sedangkan penelitian Anggraini dan Wulan (2015) leverage berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR.

Dan selanjutnya ukuran perusahaan. Perusahaan yang lebih besar adalah perusahaan yang memiliki sumber daya lebih banyak daripada perusahaan yang lebih kecil. Maka dari itu, perusahaan yang lebih besar sudah pasti memiliki pembiayaan, fasilitas dan sumber daya manusia yang lebih banyak untuk dapat melakukan pengungkapan yang lebih sesuai dengan prinsip syariah Islam. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu dan Siswantoro (2013), Umiyati dan Baiquni (2018) serta Rosiana dkk (2015) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan ISR, dimana perusahaan yang memiliki ukuran besar biasanya akan mengungkapkan tanggung jawab lebih dari perusahaan kecil. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Widarto (2017) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan ISR.

Berkembangnya tanggung jawab sosial dalam ekonomi Islam juga turut meningkatkan perhatian masyarakat terhadap lembaga atau institusi syariah. Hal itu dikarenakan karena adanya kebutuhan masyarakat untuk mengenal secara lebih dalam terhadap lembaga atau institusi syariah, semakin besar dari waktu ke waktu. Pasar modal sebagai lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek dalam hal ini adalah pasar modal syariah, yang berperan penting dalam meningkatkan pangsa pasar efek-efek syariah pada perusahaan-perusahaan yang ingin berpartisipasi dalam pasar modal syariah di Indonesia (Putri, 2014). Salah satu produk pasar modal syariah di Indonesia adalah Jakarta Islamic Index (JII).

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah yang mendasari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada Perusahaan yang terdaftar di JII periode 2013-2017?
2. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada Perusahaan yang terdaftar di JII periode 2013-2017?

3. Apakah Ukuran Perusahaan memoderasi Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada Perusahaan yang terdaftar di JII periode 2013-2017?
4. Apakah Ukuran Perusahaan memoderasi Leverage terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada Perusahaan yang terdaftar di JII periode 2013-2017?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada Perusahaan yang terdaftar di JII periode 2013-2017.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada Perusahaan yang terdaftar di JII periode 2013-2017.
3. Untuk menguji dan menganalisis Ukuran Perusahaan memoderasi Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada Perusahaan yang terdaftar di JII periode 2013-2017.
4. Untuk menguji dan menganalisis Ukuran Perusahaan memoderasi *Leverage* terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada Perusahaan yang terdaftar di JII periode 2013-2017.

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Teori Stakeholders

Teori *Stakeholder*, mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholder nya (shareholders, kreditur, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain) (Chariri dan Ghazali, 2007:32). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut. Salah satu strategi yang digunakan perusahaan untuk menjaga hubungan dengan para stakeholder nya adalah dengan melakukan pengungkapan informasi sosial dan lingkungan

Teori Legitimasi

Teori legitimasi adalah perspektif teori yang berada di dalam kerangka teori ekonomi dan politik (Chariri, 2008:160). Perusahaan akan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan dengan tujuan membenarkan atau melegitimasi perusahaan dimata masyarakat, hal tersebut dikarenakan luasnya pengaruh masyarakat dapat menentukan besarnya alokasi keuangan dan sumber ekonomi lainnya. Berdasarkan definisi tersebut dapat diketahui bahwa legitimasi adalah sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat ataupun kepada pemerintah.

Pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Islamic Social Reporting (ISR) merupakan jawaban atas kebutuhan pengukuran tanggung jawab perusahaan yang berlandaskan syariat Islam. *Islamic Social Reporting* merupakan perluasan dari social reporting yang meliputi harapan masyarakat tidak hanya mengenai peran perusahaan dalam perekonomian, tetapi juga peran perusahaan dalam perspektif spiritual (Haniffa, 2002). ISR menekankan pada keadilan sosial terkait pelaporan mengenai lingkungan, hak minoritas dan karyawan. Selain keadilan sosial, hal penting lainnya dalam social reporting menurut perspektif islam yaitu pemahaman konsep akuntabilitas dan konsep kepemilikan (Fitria dan Hartanti, 2010).

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan hasil bersih dari sejumlah kebijakan dan keputusan perusahaan. Rasio profitabilitas mengukur kemampuan para eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, asset bersih perusahaan maupun modal sendiri (Raharjaputra, 2009:205).

Leverage

Leverage adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang (Fahmi, 2013:179). Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan akan masuk dalam kategori extreme leverage (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut. Rasio ini menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal maupun asset (Harahap, 2010:306).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dilihat dari total asset yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasioanl perusahaan. Jika perusahaan memiliki total asset yang besar, pihak manajemen akan lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada di perusahaan tersebut (Dewi dan Wirajaya, 2013).

Hipotesis

Hubungan Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Penjelasan yang wajar atas adanya hubungan positif antara pengungkapan tanggung jawab sosial dengan profitabilitas adalah manajemen memiliki kemudahan dan kebebasan dalam melakukan dan menyatakan program tanggung jawab sosial yang lebih luas kepada para pemegang saham. Dengan keuntungan yang didapatkan perusahaan, biaya yang harus dikeluarkan untuk membuat pengungkapan tanggung jawab sosial dapat ditanggung oleh perusahaan. Begitu juga dengan teori stakeholders yang mendukung hubungan positif profitabilitas terhadap ISR

H₁ : Profitabilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Hubungan *Leverage* terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Rasio leverage menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi pembayaran semua hutang, baik hutang jangka panjang maupun jangka pendek, atau kenaikan bila mengalami likuidasi (Sartono, 2010:120). Perusahaan yang mempunyai leverage tinggi mempunyai kewajiban untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Semakin tinggi tingkat leverage maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi. Agar laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi beberapa biaya, termasuk biaya untuk kegiatan tanggung jawab sosial.

H₂ : *Leverage* berpengaruh tidak signifikan terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Hubungan Ukuran Perusahaan dalam memoderasi Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Ukuran perusahaan merupakan karakteristik spesifik perusahaan yang hampir selalu digunakan untuk menguji tingkat pengungkapan sukarela (Putri dkk, 2014). Perusahaan yang besar biasanya memiliki aktivitas yang lebih banyak, mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki shareholder yang lebih banyak serta mendapat perhatian lebih dari kalangan publik. Oleh karena itu, perusahaan besar cenderung mendapat tekanan yang lebih untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya.

H₃: Ukuran Perusahaan memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*

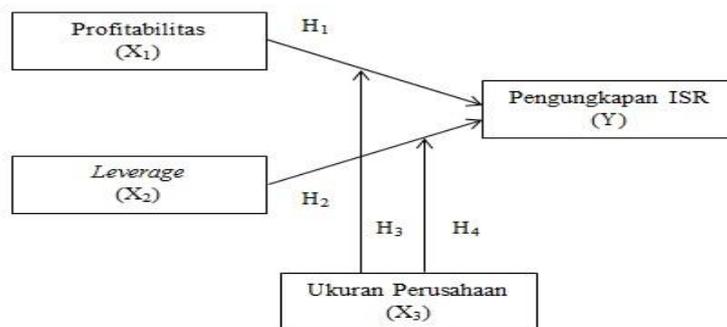
Hubungan Ukuran Perusahaan dalam memoderasi *Leverage* terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Ukuran perusahaan merupakan tingkat identifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki tuntutan publik akan informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang berukuran lebih kecil (Sudaryono, 2007:110). Perusahaan besar sebagai emiten yang banyak disoroti akan menghadapi tuntutan yang lebih besar dari para stakeholders untuk menyajikan laporan keuangan yang lebih transparan.

H₄: Ukuran Perusahaan memoderasi pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan latar belakang, tinjauan pustaka dan hipotesis, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini yaitu :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Populasi, Sampel dan Sampling Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) selama tahun 2013-2017. Dalam penelitian ini metode pemilihan sampel yang peneliti gunakan yaitu teknik *sampling purposive*. Teknik *sampling purposive* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau

kriteria-kriteria tertentu. Sampel yang diperoleh dalam penelitian ini sebanyak 15 perusahaan dengan tahun penelitian 5 tahun sehingga menjadi 75 *sampling*.

Tabel 1. Kriteria Penentuan Sampel

No.	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan yang terdaftar di <i>Jakarta Islamic Index</i> (JII) selama periode 2013-2017	30
2	Perusahaan yang tidak konsisten terdaftar di <i>Jakarta Islamic Index</i> (JII) selama periode 2013-2017	(15)
	Total perusahaan	15
	Tahun Pengamatan	5
	Total <i>sampling</i> selama tahun 2013-2017	75

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan merupakan data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melainkan melalui perantara atau didapat dari pihak ketiga. Jenis penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Data kuantitatif dalam penelitian ini yaitu laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* periode 2013-2017 yang telah diaudit dan dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode dokumentasi yaitu dengan cara mengumpulkan data-data tersebut yang diakses melalui situs www.idx.co.id.

Variabel dan Pengukuran

Pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Social Reporting adalah perluasan dari sistem pelaporan keuangan yang merefleksikan perkiraan yang baru dan yang lebih luas dari masyarakat sehubungan dengan peran komunitas bisnis dalam perekonomian (Haniffa, 2002 dalam Khoirudin, 2013). Rumus perhitungannya sebagai berikut:

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

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Sartono, 2010:122). Rumus perhitungannya:

$$ROA = \frac{Net\ Income}{Total\ Asset}$$

Leverage

Rasio *leverage* adalah mengacu pada penggunaan *asset* dan sumber dana oleh perusahaan dimana dalam penggunaan *asset* atau dana tersebut perusahaan harus

mengeluarkan biaya tetap atau beban tetap (Martono dan Harjito, 2008:295). Rumus perhitungannya yaitu:

$$DER = \frac{Total\ Liability}{Total\ Equity}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aktiva (Ferry dan Jones dalam Sujianto, 2001). Rumus perhitungannya adalah:

$$SIZE = \ln(Total\ Asset)$$

Metode Analisis Data

Teknis analisis yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dengan teknik analisis datanya menggunakan statistik deskriptif, pengujian asumsi klasik, pengujian regresi linear berganda dan pengujian hipotesis. Dan pengelolaan data dilakukan secara elektronik yaitu menggunakan Microsoft Excel Windows 2010 dan SPSS Versi 20 untuk mempercepat perolehan hasil yang dapat menjelaskan variabel yang diteliti.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil olah data statistik, maka didapatkan hasil regresi seperti tabel dibawah ini :

Tabel 2. Hasil Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Beta		
	B	Std. Error				
(Constant)	.493	.072			6.858	.000
PROFIT	1.785	.882	1.782		2.024	.051
LEV	-12.472	5.825	-3.872		-2.141	.040
SIZE	.009	.006	.690		1.396	.172
PROFIT_SIZE	-.122	.076	-2.122		-1.613	.116
LEV_SIZE	.800	.376	4.093		2.125	.041

a. Dependent Variable: ISR

Sumber : Output SPSS 20

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui koefisien dari masing-masing variabel, sehingga dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$ISR = 0,493 + 1,785PROFIT - 12,472LEV + 0,009SIZE - 0,122 PROFIT*SIZE + 0,800LEV*SIZE + \epsilon$$

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 3. Hasil Uji R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.522 ^a	.272	.210	.036122	1.853

a. Predictors: (Constant), SIZE, LEV, PROFIT

b. Dependent Variable: ISR

Sumber : Output SPSS 20

Dari tampilan output SPSS model summary besarnya R² adalah 0,272 atau 27,2%. Jadi dapat dikatakan bahwa 27,2% pengungkapan islamic social reporting yang terdaftar di Jakarta Islamic Index pada tahun 2013-2017 dipengaruhi oleh variabel dalam penelitian ini yaitu, profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan. Sedangkan sisanya (100% - 27,2% = 72,8%) dijelaskan oleh variabel independen lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil Uji Parsial (Uji t)

a. Variabel dependen : Islamic Social Reporting (ISR)

Tabel 4. Hasil Uji Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.534	.024		22.187	.000
	PROFIT	.444	.205	.443	2.164	.037
	LEV	-.531	.571	-.165	-.930	.359

a. Dependent Variable: ISR

Sumber : Output SPSS 20

Berdasarkan tabel hasil Uji Statistik t diatas, diperoleh hasil sebagai berikut. Variabel profitabilitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,037 dengan tingkat signifikansi yang dipersyaratkan sebesar < 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap islamic social reporting dengan nilai beta kearah positif sebesar 0,444. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H₁ diterima dan H₀ ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas maka perusahaan akan memberikan informasi yang lebih luas terhadap stakeholders dan shareholdersnya.

Sedangkan untuk variabel leverage menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,359 dengan tingkat signifikansi yang dipersyaratkan sebesar < 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel leverage tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap islamic social reporting dengan nilai beta kearah negatif sebesar -0,531. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H₂ diterima dan H₀ ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa kecil atau besarnya leverage perusahaan tidak mempengaruhi kegiatan pengungkapan islamic social reporting dalam memberikan informasi kualitas laporan tahunannya kepada stakeholders dan shareholders.

b. Variabel moderasi : Ukuran perusahaan

Tabel 15. Hasil Uji Moderasi

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.493	.072		6.858	.000
PROFIT	1.785	.882	1.782	2.024	.051
LEV	-12.472	5.825	-3.872	-2.141	.040
SIZE	.009	.006	.690	1.396	.172
PROFIT_SIZE	-.122	.076	-2.122	-1.613	.116
LEV_SIZE	.800	.376	4.093	2.125	.041

a. Dependent Variable: ISR

Sumber : Output SPSS 20

Berdasarkan tabel hasil Uji Statistik t diatas, diperoleh hasil sebagai berikut. Variabel profitabilitas yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,116 dengan tingkat signifikansi yang dipersyaratkan sebesar $< 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap islamic social reporting melalui ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi dengan nilai beta kearah negatif sebesar -0,122. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 ditolak dan H_0 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa dalam perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya tidak hanya didasarkan pada ukuran perusahaan saja, karena total aset perusahaan bukan merupakan satu-satunya sumber dalam dalam pengungkapan islamic social reporting.

Sedangkan untuk variabel leverage yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,041 dengan tingkat signifikansi yang dipersyaratkan sebesar $< 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel leverage memiliki pengaruh terhadap islamic social reporting melalui ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi dengan nilai beta kearah positif sebesar 0,800. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar perusahaan biasanya memiliki aktivitas yang lebih banyak, mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki shareholder yang lebih banyak serta mendapat perhatian lebih dari kalangan publik maka akan lebih ditekankan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan sosial yang lebih luas dapat dilihat dari semakin banyaknya keuntungan yang diperoleh suatu perusahaan. Profitabilitas tinggi menggambarkan bahwa perusahaan dapat menanggung biaya yang lebih tinggi untuk mengungkapkan informasi yang luas pada laporan pertanggungjawaban sosial. Profitabilitas identik dengan kinerja ekonomi di suatu perusahaan. Sejalan dengan teori stakeholders bahwa perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi cenderung untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial secara luas dengan tujuan menarik minat investor untuk menanamkan dananya. Perusahaan terdorong untuk mengungkapkan informasi yang lebih rinci dalam laporan tahunan mereka dalam rangka mengurangi biaya politik dan menunjukkan kinerja keuangan perusahaan kepada publik apabila perusahaan memiliki profit yang tinggi sehingga mempunyai kekuasaan penuh untuk menerapkan suatu kebijakan.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Widarto (2017), Anggraini dan Wulan (2015) serta Purnasanti M dkk (2014) yang mendukung hasil penelitian ini bahwa profitabilitas berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan ISR. Hal tersebut membuktikan bahwa perusahaan yang dalam penelitian ini merupakan perusahaan yang masuk ke dalam Jakarta Islamic Index yang memiliki prospek usaha yang baik kedepannya, apabila memiliki tingkat profitabilitas yang kuat akan menarik investor dalam berinvestasi di perusahaan tersebut. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima, yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting.

Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting

Semakin tinggi tingkat leverage, kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. Agar laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lestari (2016), Umiyati dan Baiquni (2018) serta Verawaty dkk (2016). Karena hasil penelitian menunjukkan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR. Hal tersebut membuktikan bahwa apabila perusahaan yang dalam penelitian ini merupakan perusahaan yang masuk ke dalam Jakarta Islamic Index merupakan perusahaan yang tidak terlalu bergantung pada pinjaman dari kreditur dalam mendanai kegiatan usahanya tidak akan menyebabkan beban perusahaan meningkat dan tidak berdampak pada penurunan nilai perusahaan. Sehingga tidak akan berpengaruh pada menurunnya minat investasi di perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima, yang menunjukkan leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting dengan Ukuran Perusahaan sebagai Moderasi

Ukuran perusahaan merupakan tingkat identifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki tuntutan publik akan informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang berukuran lebih kecil. Perusahaan besar sebagai emiten yang banyak disoroti akan menghadapi tuntutan yang lebih besar dari para stakeholders untuk menyajikan laporan keuangan yang lebih transparan.

Hasil penelitian ini berkaitan dengan penelitian sebelumnya yang menguji ukuran perusahaan terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting secara parsial dengan tidak menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Penelitian yang dilakukan oleh Rosiana dkk (2015), Swastiningrum (2013) serta Umiyati dan Baiquni (2018) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting. Dan dapat disimpulkan bahwa H_3 ditolak, yang menunjukkan ukuran perusahaan memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting.

Pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* dengan Ukuran Perusahaan sebagai Moderasi

Perusahaan yang besar biasanya memiliki aktivitas yang lebih banyak, mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki shareholder yang lebih banyak serta mendapat perhatian lebih dari kalangan publik. Oleh karena itu, perusahaan besar cenderung mendapat tekanan yang lebih untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya.

Hasil penelitian ini berkaitan dengan penelitian sebelumnya yang menguji ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* secara parsial dengan tidak menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Penelitian yang dilakukan oleh Verawati dkk (2016) serta Sulistyawati dan Yuliani (2017) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima, yang menunjukkan ukuran perusahaan memperkuat pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

PENUTUP

Simpulan

1. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Hal itu menunjukkan bahwa dimana semakin besar tingkat profitabilitas maka semakin besar tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Profitabilitas tinggi menggambarkan bahwa perusahaan dapat menanggung biaya yang lebih tinggi untuk mengungkapkan informasi yang luas pada laporan pertanggungjawaban sosial.
2. Kemudian *leverage* berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Hal ini membuktikan bahwa *leverage* sebagai ukuran untuk menilai resiko struktur pendanaan perusahaan ternyata tidak berpengaruh terhadap luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dari pada perusahaan yang lebih rendah. Sehingga perusahaan akan menyediakan informasi yang lebih komprehensif mengenai pengungkapan sosialnya.
3. Untuk profitabilitas yang dimoderasi melalui ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan dengan memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Hal itu dikarenakan bahwa dalam perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya tidak hanya didasarkan pada ukuran perusahaan saja, karena total aset perusahaan bukan merupakan satu-satunya sumber dalam dalam pengungkapan *Islamic Social Reporting*.
4. Sedangkan *leverage* yang dimoderasi melalui ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan dengan memperkuat pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Hal ini terjadi karena ukuran perusahaan merupakan tingkat identifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki tuntutan publik akan informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang berukuran lebih kecil. Perusahaan besar sebagai emiten yang banyak disoroti akan menghadapi tuntutan yang lebih besar dari para stakeholders untuk menyajikan laporan keuangan yang lebih transparan.

Saran

1. Untuk para calon investor diharapkan dapat memperhatikan apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* dalam perusahaan terutama untuk profitabilitas dan ukuran perusahaan. Karena faktor tersebut terbukti

- berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan islamic social reporting pada perusahaan yang terdaftar di jakarta islamic index.
2. Karena keterbatasan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, maka bagi peneliti dengan topik sejenis perlu dilakukan penambahan variabel independen selain profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan sehingga hal ini akan lebih mampu menjelaskan secara umum faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pengungkapan islamic social reporting di perusahaan jakarta islamic index.
 3. Akibat terbatasnya periode penelitian dan objek yang digunakan dalam penelitian ini, maka bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperbanyak jumlah sampel dengan memperpanjang periode penelitian karena stakeholders lebih melihat prediksi jangka panjang dibanding prediksi jangka waktu yang relatif pendek dan memperluas objek yang diteliti sehingga tidak terbatas hanya pada perusahaan yang terdaftar di jakarta islamic index.

DAFTAR PUSTAKA

- Amurwani, A. (2006). Pengaruh Luas Pengungkapan Sukarela dan Asimetri Informasi terhadap Cost of Equity Capital. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Anggraini, Anita & Mulyaning Wulan. 2015. "Faktor Financial – Non Financial Dan Tingkat Pengungkapan Islamic Social Reporting".
- Apriyanti, N. M. W., & I.G.A.N Budiasih. 2016. "Profitabilitas Dan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan *High* dan *Low Profile*." E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, Vol.14, No.2, Februari 2016.
- Arif, M. Nur Rianto Al. 2015. Pengantar Ekonomi Syariah (Teori dan Praktik). Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Arifin, Z. (2009). Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah Edisi Revisi. Tangerang: Azkia Publisher.
- Ayu, debby & Dodik, Siswanto. 2013. "Implikasi Proksi Aset, Profitabilitas dan Jenis Industri pada Pengungkapan ISR". Jurnal Akuntansi. Depok : Universitas Indonesia.
- Brigham, Eugene F & Houston. 2006. *Fundamental of Financial Management: Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat.
- Chariri, A dan Imam Ghozali. 2007. Teori Akuntansi. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Chariri, A. 2008. Kritik Sosial Atas Pemakaian Teori dalam Penelitian Pengungkapan Sosial dan Lingkungan. Jurnal MAKSI. Vol.8 (2): 151-169.

- Departemen Agama Republik Indonesia. 2009. *Al-Qur'anulkarim*. Bandung. Syaamil Al-Qur'an.
- Dewi, A. S. M., & Ary Wirajaya. 2013. "Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan". *E-Jurnal Akuntans Universitas Udayana* 4.2 (2013): 35-372.
- Fahmi, Irham. 2013. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Fitria, S., & Hartanti, D. 2010. "*Islam dan Tanggung Jawab Sosial: Studi Perbandingan Pengungkapan Berdasarkan Global Reporting Initiative Indeks dan Islamic Social Reporting Indeks*". Purwokerto. Dalam Simposium Nasional Akuntansi. *Proceeding*.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 Cetakan V*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Nor. 2014. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Haniffa, R. 2002. Social Reporting Disclosure-An Islamic Perspective. *Indonesian Management & Accounting Research*, 1, 128-146.
- Haniffa, R. M., & Hudaib, M. A. 2002. "A Theoretical Framework for the Development of the Islamic Perspective of Accounting." *Accounting, Commerce, and Finance: The Islamic Perspective Journal*.
- Haniffa, R. M., & Cooke, T. E. 2005. "The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting". *Journal of Accounting and Public Policy*, 24, 391-430.
- Haniffa, R. M., & Hudaib, M. A. 2007. "Exploring the Ethical Identity of Islamic". *Journal of Business Ethics*.
- Harahap, Sofyan S. 2010. *Analisis Kritis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hasan, Iqbal. 2006. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kariza, Ayu. 2015. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Islamic Social Reporting pada Perusahaan yang Listing di Jakarta Islamic Index*. Palembang : Universitas Bina Darma.
- Kasmir. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Khoirudin, Amirul. 2013. "Corporate Governance Dan Pengungkapan Islamic Social Reporting Pada Perbankan Syariah Di Indonesia". *Accounting Analysis Journal* Vol. 2 No. 2

- Kusuma, I. M., & Afri Jumariah. 2016. "Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting Index Pada Unit Usaha Syariah Di Indonesia".
- Lestari, Santi. 2016. "Pengaruh Tingkat Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* Pada Perbankan Syariah Indonesia Tahun 2010-2014".
- Martono dan Agus Harjito. 2008. Manajemen Keuangan, Edisi 1. Yogyakarta: EKONISIA.
- Maulida, Aldehita Purnasanti dkk. 2014. "Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Islamic Social Reporting*". Simposium Nasional Akuntansi XVII Semarang.
- Noegraheni. (2005). Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Kualitas Pengungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan pada Perusahaan Publik Non Industri Keuangan di Bursa Efek Jakarta. *EQUITY*, 2, 61-70.
- Othman, R., & Thani, A. M. 2010. "*Islamic social reporting of listed companies in Malaysia*". *The International Business & Economics Research Journal*, 9(4), 135-144.
- Othman, R., Thani, A. M., & Ghani, E. K. 2009. "*Determinants of Islamic social reporting among top Shariah-approved companies in Bursa Malaysia*". *Research Journal of International Studies*, 12(10), 4-20.
- Purnasanti, Aldehita M dkk. 2014. "Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)*". SNA 17 Mataram Lombok.
- Putri, Tria Karina dkk. 2014. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Islamic Social Reporting* Perusahaan-Perusahaan Yang Terdaftar Pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Tahun 2011-2012". *Diponegoro Journal of Accounting* Vol.3 No.2.
- Putri, Tria Karina & Yuyetta, Etna Nur Afri. 2014. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Islamic Social Reporting Perusahaan-Perusahaan Yang Terdaftar Pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Tahun 2011–2012". *Diponegoro journal of accounting*. ISSN: 2337-3806. Vol.3 (2): 1-9.
- Raditya, Amilia Nurul. 2012. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) pada Perusahaan yang Masuk Daftar Efek Syariah (DES). Universitas Indonesia.
- Raharjaputra, Hendra. S. 2009. Manajemen Keuangan dan Akuntansi Untuk Eksekutif Perusahaan. PT. Raja Grafindo, Jakarta.

- Republik Indonesia. 2007. Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Rosiana, Rita dkk. 2015. “*Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Islamic Governance Score Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting*”. Jurnal Bisnis dan Manajemen.
- Santioso, Linda & Erlina Chandra. 2012. “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Umur Perusahaan dan Dewan Komisaris Independen dalam Pengungkapan Corporate Social Responsibility”. Jurnal Bisnis dan Akuntansi Vol.14 No.1, 17-30.
- Sartono, Agus. 2010. Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Yogyakarta: BPFE.
- Sudaryono, B. 2007. “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Publik”. Jurnal Akuntansi. Vol.7 No.2, Mei 2007.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta. Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2017. *Analisis Laporan Keuangan, Teori, Aplikasi, dan Hasil Penelitian*. Yogyakarta. Pustaka Baru Press.
- Sujiyanto, Agus Eko. 2001. “Analisis Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Struktur Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Go Public di Bursa Efek Jakarta.” Jurnal Ekonomi & Manajemen. Vol.2 No.2.
- Sulistiyawati, Ardiani Ika dan Indah Yuliani. 2017. “Pengungkapan *Islamic Social Reporting* Pada Indeks Saham Syariah Indonesia.” *Journal of Accounting & Finance*. Vol.13 No.2. Hal.15-27.
- Swastiningrum, Desta. 2013. “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan Tipe Kepemilikan terhadap *Islamic Social Reporting* Laporan Tahunan yang Terdapat pada Perbankan Syariah Periode 2010-2012”. Jurnal Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Taufik, dkk. 2015. “Pengaruh *Islamic Governance Score*, *Leverage* dan Profitabilitas terhadap *Islamic Social Reporting Index* pada Bank Umum Syariah di Indonesia.” Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya.
- Umiyati, dan Muhammad Danis Baiquni. 2018. “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan *Leverage* Terhadap *Islamic Social Reporting* Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia.” Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam, Vol.6, No.1, April 2018.

Van Horne, James C. And John M. Wachowicz. 2007. *Fundamental of Financial Management, Prinsi-Prinsip Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.

Verawaty, Darmawan, dkk. 2016. “Determinan Pengungkapan Islamic Social Reporting Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index”. *Indonesian Article Research Network*.

Wibisono. Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing.

Widiawati, Septi & Surya Raharja. 2012. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Islamic Social Reporting* Perusahaan-Perusahaan Yang Terdapat Pada Daftar Efek Syariah Tahun 2009-2011. Diponegoro *Journal of Accounting*.” Vol.1 No.2. Halaman 1-15.

Widarto. 2017. “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*.”

Wulandari, Fitri. 2015. “*Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kinerja Lingkungan, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting*.” Naskah Publikasi.

<http://www.idx.go.id>