

**PENGARUH KINERJA KEUANGAN, *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* (GCG), DAN *MEDIA EXPOSURE* TERHADAP ISLAMIC SOCIAL REPORTING (ISR)**

**(Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di JII Tahun 2016-2018)**

**Nur Khasanah<sup>1)</sup>, Novita Indrawati<sup>2)</sup>, Al-Azhar<sup>2)</sup>**

1) Mahasiswa Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

2) Dosen Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

*Email : [khasanahbm@gmail.com](mailto:khasanahbm@gmail.com)*

*The Impact of Financial Performance, Good Corporate Governance (GCG),  
Media Exposure on Islamic Social Reporting (ISR)  
(Empirical Study of Manufacturing Companies Listed On JII In 2016-2018)*

**ABSTRACT**

*Islamic Social Reporting is social reporting that does not involve holistic expectations from the community regarding the role of the company but also on a spiritual perspective. This study aims to determine the effect of return on assets (ROA), capital adequacy ratio (CAR), corporate governance, and media exposure to the extent of Islamic social reporting disclosure. To measure the level of Islamic social reporting, use a checklist that has been developed based on relevant regulations and previous research. This study uses purposive sampling from companies registered in the Jakarta Islamic Index (JII) in 2016-2018. There are 42 companies that meet the criteria as a research sample. The results of this study indicate that return on assets (ROA) has a negative effect on Islamic social reporting (ISR), while capital adequacy ratio (CAR) and media exposure have a significant effect on Islamic social reporting (ISR) and the commentary board does not significantly influence Islamic social reporting. reporting (ISR).*

*Keywords: Islamic social reporting, return on assets (ROA), capital adequacy ratio (CAR), board of commissioners, and media exposure.*

**PENDAHULUAN**

Tanggung jawab social perusahaan atau CSR (*Corporate Social Responsibility*) kian menjadi sorotan penting dalam beberapa tahun terakhir, karena konsep CSR sendiri merupakan inti dari etika bisnis setiap perusahaan. Utama (2007) mengungkapkan bahwa praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia mulai berkembang seiring meningkatnya perhatian masyarakat global terhadap perkembangan

perusahaan transnasional atau multinasional yang beroperasi di Indonesia. Tujuan utama CSR adalah menjadikan perusahaan bukan hanya pada konsep *single – bottom – line* (SBL) dalam suatu catatan keuangan perusahaan, tetapi juga pada konsep *triple – bottom – line* (TBL) yang mencakup aspek keuangan, kehidupan sosial dan lingkungan hidup.

Konsep CSR kini tidak hanya digunakan dalam ekonomi konvensional saja melainkan juga

berkembang ke dalam ekonomi islam. Konsep CSR dalam islam berkaitan erat dengan perusahaan yang menjalankan bisnisnya sesuai syariah dan dapat melakukan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya secara islam. Perkembangan ini juga berdampak pada meningkatnya perhatian masyarakat kepada instansi atau lembaga syariah. Perkembangan Corporate Social Responsibility (CSR) telah mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya baik dari kualitas maupun kuantitas. Pelaporan tentang Corporate Social Responsibility (CSR) perusahaan yang sebelumnya bersifat sukarela (voluntary) kini menjadi bersifat wajib (mandatory). Sedangkan untuk pelaporan syariah, *islamic social reporting (ISR)* tetap bersifat sukarela. Hal ini menyebabkan pelaporan Corporate Social Responsibility (CSR) setiap perusahaan tidak sama. Pelaporan yang tidak sama tersebut disebabkan karena tidak adanya standar baku secara syariah tentang pelaporan Corporate Social Responsibility (CSR) syariah. Hal tersebut menjadi indikasi bahwa kebutuhan masyarakat akan lembaga syariah semakin besar dari waktu ke waktu. Pasar modal syariah sebagai lembaga yang berperan penting dalam meningkatkan pangsa pasar syariah pada perusahaan ingin berpartisipasi dalam pangsa pasar syariah di Indonesia.

Untuk menilai pengungkapan sosial perusahaan yang sesuai dengan syariah islam digunakan *Indeks Islamic Social Reporting (ISR)*. *Islamic Social Reporting (ISR)* adalah suatu indeks yang mengukur tingkat pengungkapan

sosial yang sesuai dengan prinsip syariah yang disampaikan perusahaan dalam laporan tahunannya. Indeks *Islamic Social Reporting (ISR)* pertama kali dikembangkan oleh Haniffa (2002) yang kemudian dikembangkan oleh Othman *et al.* (2009:6). Haniffa (2002:129) menyatakan bahwa keterbatasan pada kerangka pelaporan sosial yang dilakukan oleh lembaga konvensional sehingga ia menemukan kerangka konseptual *Islamic Social Reporting*.

Dalam perkembangan perusahaan ada beberapa fenomena dan isu mengenai laporan tanggung jawab sosial perusahaan dimana beberapa perusahaan beralasan agar dapat meningkatkan citra perusahaan, membawa keuntungan tersendiri buat perusahaan serta agar dapat menjamin keberlangsungan perusahaan tersebut. Salah satu contoh fenomena kegagalan akan tanggung jawab laporan sosial perusahaan adalah kerusakan lingkungan di lokasi penambangan. Pada 5 april 2019 telah dirilis Film documenter "Sexy Killer" yang menceritakan, industri batubara dari hulu ke hilir, dari pengerukan tambang, distribusi sampai penggunaan batubara buat PLTU yang menimbulkan banyak masalah lingkungan, sosial, ekonomi sampai kesehatan bagi masyarakat. Masyarakat yang hidup bertetangga dengan tambang batubara memiliki banyak masalah, dari air bersih langka bahkan tercemar, lumpur yang mencemari sawah, wilayah pertanian kurang produktif sampai polusi udara karena debu lalu lintas pengangkutan batubara. Di Sangasanga, Kalimantan Timur, pada November 2018, rumah warga dan jalan aspal ambles karena aktivitas

tambang batubara kurang 500 meter dari permukiman. Dampak lain dari kegiatan penambangan tersebut adalah dalam perjalanan mendistribusikan batubara ke berbagai wilayah, antara lain ke pulau Jawa, tongkang batubara menghancurkan terumbu karang, seperti terjadi di Taman Nasional Karimunjawa. Tongkang-tongkang ini kerap menepi atau berlindung dari ombak di perairan Karimunjawa, sehingga merusak terumbu karang sekitar.

Seperti yang telah diuraikan di atas jika transaksi bisnis khususnya yang dijalankan oleh perusahaan yang berlandaskan prinsip Islam haruslah memperhatikan tanggung jawab sosialnya. Dengan demikian dibutuhkan standar untuk pelaporan tanggung jawab sosial yang berbasis syariah. Dalam penelitian ini dibahas mengenai pengungkapan ISR pada perusahaan syariah di Indonesia. *Islamic Social Reporting* (ISR) merupakan tolak ukur pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan syariah yang berisi kompilasi item-item standar CSR yang ditetapkan AAOFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*) yang dikembangkan lebih lanjut oleh peneliti mengenai item-item CSR yang seharusnya diungkapkan oleh suatu entitas Islam (Othman, 2009). Sesuai indeks ISR untuk entitas Islam karena mengungkapkan hal-hal yang berkaitan dengan prinsip Islam seperti transaksi yang sudah bebas dari unsur riba, spekulasi dan gharar, serta mengungkapkan zakat, status kepatuhan syariah serta aspek spesial seperti sadaqoh, waqof, qordul hasan, sampai dengan pengungkapan

peribadahan dilingkungan perusahaan. Indeks ISR diyakini menjadi pijakan awal dalam hal standar pengungkapan CSR yang sesuai dengan perspektif Islam. Berbeda dengan indeks *Islamic social reporting* (ISR) yang merupakan pengungkapan tanggung jawab sosial yang didalamnya terdapat prinsip Islam.

Belakangan ini penelitian mengenai pelaksanaan *Islamic Social Reporting* (ISR) masih berorientasi disektor perbankan syariah saja sedangkan untuk sektor non perbankan dan lembaga keuangan lainnya seperti perusahaan manufaktur belum banyak dilakukan sehingga kurang meluasnya konsep ISR.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti secara empiris pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan yang terdapat di Jakarta Islamic Indeks (JII). Peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengungkapan *Islamic Social Reporting* serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan faktor-faktor seperti Return On Asset (ROA), Capital Adequacy Ratio (CAR), Ukuran Dewan Komisaris, dan Media Exposure.

Dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi, investor sering kali melihat besar kecilnya perusahaan dan melakukan penilaian terhadap kinerja keuangan perusahaan tersebut. Perusahaan yang besar merupakan emiten yang banyak disoroti dan cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan kecil. Kinerja keuangan merupakan salah satu

faktor yang banyak diteliti dalam kaitannya dengan pengungkapan *Islamic Social Reporting*, dimana dalam penelitian ini menggunakan Return On Asset (ROA) dan Capital Adequacy Ratio (CAR) sebagai variabel independen, namun masih terdapat ketidakkonsistenan hasil. Fakta ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan M. Zainudin dan Andreani deta (2018) menemukan bahwa pengaruh profitabilitas terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR) tidak berpengaruh signifikan. Namun dalam penelitian Mahardika Kurniawati dan Rizal Yaya (2017) menemukan bahwa pengaruh profitabilitas terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR) berpengaruh positif.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* adalah Capital Adequacy Ratio (CAR). Capital Adequacy Ratio (CAR) adalah untuk mengukur kecukupan modal perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian Zuhdi (2015) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh CAR terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) pada perbankan syariah, namun berbeda dengan penelitian Wawan Sudrajat (2017), yang menyatakan bahwa CAR tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) pada perbankan syariah.

Salah satu faktor lain yang mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) adalah *Good Corporate Governance* (GCG). Dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sangat terkait dengan konsep Good Corporate Governance (GCG). Jika dikaitkan dengan pengungkapan

tanggung jawab sosial, dewan komesaris mempunyai peran terhadap luasnya informasi yang akan disampaikan kepada publik. Dimana menurut penelitian Mahardika Kurniawati dan Rizal Yaya (2017) menyatakan bahwa ukuran dewan komesaris berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR), tetapi tidak sejalan dengan penelitian Wawan Sudrajat (2017) yang menyatakan bahwa ukuran dewan komesaris tidak berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR).

Selain itu *media exposure*, dimana variabel ini baru pertama kali diteliti oleh Bayu Tri Cahya (2017), yang menyatakan bahwa *media exposure* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap *islamic social reporting* (ISR) artinya keefektifan media exposure belum secara optimal dimanfaatkan oleh masing-masing perusahaan untuk mempublikasikan kegiatan sosialnya yang telah dilakukan perusahaan.

Penelitian ini merupakan modifikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Wawan Sudrajat (2017). Dalam penelitian tersebut dibahas tentang pengaruh kinerja keuangan, ukuran perusahaan, dan mekanisme *Corporate Governance* terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) (Study empiris pada Perbankan Syariah yang Terdaftar di OJK). Berdasarkan latar belakang masalah diatas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “ **PENGARUH KINERJA KEUANGAN, GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG), dan MEDIA EXPOSURE TERHADAP ISLAMIC SOCIAL REPORTING (ISR) (Studi Empris Pada Perusahaan yang Terdaftar**

di *Jakarta Islamic Index (JII Tahun 2016-2018)*”.

## TINJAUAN PUATAKA

### Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan hal yang penting bagi organisasi terhadap batasan-batasan berupa norma-norma dan nilai-nilai sosial serta reaksinya sehingga mendorong organisasi agar berperilaku dengan memperhatikan nilai-nilai sosial di lingkungan perusahaan. Teori legitimasi didasarkan pada pengertian kontrak sosial yang diimplikasikan antara institusi sosial dan masyarakat Widiawati (2012). Teori tersebut diperlukan oleh institusi-institusi untuk mencapai tujuan agar sejalan dengan masyarakat luas.

### Teori Stakeholder

Teori *stakeholders* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun juga harus memberi manfaat bagi *stakeholdersnya* (pemegang saham, kreditur, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). Wibisono, (2007) mengartikan *stakeholders* sebagai pemangku kepentingan yaitu pihak atau kelompok yang berkepentingan, baik langsung maupun tidak langsung terhadap eksistensi atau aktivitas perusahaan, dan karenanya kelompok tersebut mempengaruhi dan/atau dipengaruhi oleh perusahaan.

### Teori Sinyal

Sri (2014:65) menyatakan teori sinyal (*signaling theory*) yang

digunakan untuk menjelaskan bahwa pada dasarnya laporan keuangan dimanfaatkan perusahaan untuk memberikan sinyal positif maupun negatif kepada pemakainya.

### Hubungan Return On Asset terhadap *Islamic Social Reporting*.

Bila ditinjau dari teori *stakeholders*, teori ini menyatakan perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat dari bagi *satakeholdersnya* putri dan Yuyetta (2014), semakin *powerfull stakeholders*, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Berdasarkan hal tersebut dapat diindikasikan bahwa semakin tinggi ROA maka perusahaan akan lebih luas dalam mengungkapkan informasi termasuk informasi mengenai tanggung jawab sosial secara islami. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Widayuni dan Harto (2014) menunjukkan bahwa ROA memiliki pengaruh positif terhadap ISR. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat ditarik hipotesis berikut:

*H1: ROA berpengaruh terhadap Islamic Social Reporting (ISR)*

### Hubungan CAR (*Capital Adequacy Ratio*) terhadap *Islamic Social Reporting*

Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Zuhdi (2015), yang menyatakan bahwa *Capital Adequacy Ratio (CAR)* berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting (ISR)*. Karena dengan modal yang besar pihak manajemen lebih leluasa dalam melakukan kegiatan tanggungjawab sosial dan mengungkapkannya pada laporan

tahunan sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi CAR maka semakin tinggi pula pengungkapan ISR. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

*H2: CAR berpengaruh terhadap Islamic Social Reporting (ISR)*

### **Hubungan Dewan Komisaris terhadap Islamic Social Reporting.**

penelitian yang dilakukan oleh Mahardika Kurniawati dan Rizal Yaya (2017), yang menyatakan bahwa Ukuran Dewan Komesaris berpengaruh terhadap Islamic Social Reporting (ISR). Semakin besar Ukuran Dewan Komesaris maka pengawasan akan semakin baik. Adanya pengawasan yang semakin baik tersebut, maka diharapkan pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)* dapat meminimalisasi informasi yang mungkin dapat disembunyikan oleh manajemen. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi, dimana dengan Ukuran Dewan Komesaris yang besar akan dapat mendorong manajemen untuk semakin luas dalam mengungkapkan ISR. Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik hipotesis sebagai berikut.

*H3: Dewan Komesaris Berpengaruh Islamic Social Reporting (ISR).*

### **Pengaruh Media Exposure dengan Islamic Social Reporting.**

Pada penelitan Sen, Bhattacharya dan Korschun tahun 2006 menegaskan bahwa perusahaan harus mampu menciptakan komunikasi CSR yang optimal. Menurutnya, kesadaran untuk mengkomunikasikan CSR memang

dapat ditingkatkan melalui titik komunikasi. *Stakeholder* pada dasarnya lebih menginginkan fakta-fakta CSR yang dalam tersampaikan melalui media-media yang dapat diakses oleh *users*.

Melihat konsepnya, komunikasi dalam *social report* merupakan komunikasi yang dirancang dan distribusikan oleh perusahaan tentang kegiatan *social report*. Menggaris bawahi pendapat ini, mengkomunikasikan aktifitas sosial perusahaan (berbasis islami) tentunya merupakan bentuk pertanggungjawaban perusahaan pada *stakeholders* untuk menyampaikan ide, saran yang membangun, bahkan bentuk kritik, serta respon yang adaptif yang didasari oleh prinsip syariah Ujang Rusdianto (2014).

Berdasarkan uraian ilmiah dan bukti empiris riset-riset terdahulu yang telah dipaparkan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

*H5: Media Exposure berpengaruh terhadap Islamic Social Reporting (ISR).*

## **METODE PENELITIAN**

### **Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa data kuantitatif yang meliputi data laporan keuangan perusahaan publik. Data dalam penelitian ini berupa laporan keuangan tahunan auditor dari masing-masing perusahaan yang terdaftar di JII khususnya pada 2016-2018 yang diperoleh melalui bursa efek Indonesia serta situs-situs yang terkait yang menyediakan data mengenai laporan keuangan publik.

Data-data tersebut selanjutnya digunakan untuk mengisi indeks *Islamic Social Reporting*.

### Populasi dan sampel

1. Perusahaan yang terdaftar dalam indeks JII selama periode 2016-2018.
2. Perusahaan yang tidak secara konsisten terdaftar dalam indeks JII selama periode 2016-2018
3. Perusahaan yang tidak menggunakan unit moneter rupiah dalam laporan tahunan perusahaannya.
4. Perusahaan yang tidak menerbitkan *annual report* secara berturut-turut selama periode 2016-2018.

**Tabel 1 Proses pengambilan sampel**

No	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan yang terdaftar dalam indeks JII selama periode 2016-2018.	30
2.	Perusahaan yang tidak secara konsisten terdaftar dalam indeks JII selama periode 2016-2018.	(13)
3.	Perusahaan yang tidak menggunakan unit moneter rupiah dalam laporan tahunannya.	(2)
4.	Perusahaan yang tidak menerbitkan <i>annual report</i> secara berturut-turut selama periode 2016-2018.	(1)
	Jumlah sampel penelitian untuk 1 tahun	14
	Jumlah sampel penelitian untuk 3 tahun	42

**Sumber:** Data Hasil Olah, 2019

### Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh ROA (Return On Asset), CAR (Capital Adequacy

Ratio), Dewan Komisaris, dan Media Exposure terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR).

Adapun bentuk model yang akan diuji dalam penelitian ini, yaitu:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

Y = Islamic Social Reporting (ISR)

$b_0$  = konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4$  = koefisien persamaan regresi predictor  $X_1, X_2, X_3, X_4$

$X_1$  = variabel ROA

$X_2$  = variabel CAR

$X_3$  = variabel Dewan komisaris

$X_4$  = variable Media Exposure

e = faktor pengganggu

### Uji Hipotesis

Pengujian terhadap hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

#### a. Uji Simultan (Uji F-statistik)

Uji F-statistik digunakan untuk menguji besarnya pengaruh dari seluruh variabel independen secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel independen. Pembuktian dilakukan dengan cara membandingkan nilai F kritis ( $F_{tabel}$ ) dengan  $F_{hitung}$  yang terdapat pada tabel *analysis of variance*.

Untuk menentukan nilai  $F_{tabel}$ , tingkat signifikan yang digunakan sebesar 5% dengan kebebasan (*degree of freedom*)  $df = (n-k)$  dan  $(k-1)$  dimana  $n$  adalah jumlah observasi, kriteria uji yang digunakan adalah:

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak

Jika  $F_{reg} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima

#### **b. Uji Parsial (Uji t)**

Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel independenya. Untuk menentukan nilai t-statistik tabel, ditentukan dengan tingkat signifikan 5% dengan derajat kebebasan  $df = (n-k-1)$  dimana n adalah jumlah observasi dan k adalah jumlah variabel.

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel} (n-k-1)$ , maka  $H_0$  ditolak

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel} (n-k-1)$ , maka  $H_0$  diterima

#### **Koefisien Determinasi**

Dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda, maka masing-masing variabel independen yaitu ROA (Return On Asset), CAR (Capital Adequacy Ratio), Dewan Komisaris, dan Media Exposure secara parsial dan simultan mempengaruhi variabel dependen, yaitu *Islamic Social Reporting* (ISR) yang dinyatakan dalam  $R^2$  untuk menyatakan koefisien determinasi atau seberapa besar pengaruh variabel ROA (Return On Asset), CAR (Capital Adequacy Ratio), Dewan Komisaris, dan Media Exposure secara simultan atau bersama-sama terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR). Sedangkan  $r^2$  untuk menyatakan koefisien determinasi parsial variabel independen terhadap variabel dependen.

#### **Uji Asumsi Klasik**

##### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel

bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dalam penelitian menggunakan analisis grafik. Untuk hasil yang lebih handal selain menggunakan histogram, adalah dengan melihat normal probability plot, yang membandingkan distribusi kumulatif sesungguhnya dengan distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi normal, maka garis yang menggambarkan data sebenarnya akan mengikuti garis diagonalnya.

##### **b. Uji Multikolinearitas**

Pengujian asumsi ini untuk menunjukkan adanya hubungan linear antara variabel-variabel bebas dalam model regresi maupun untuk menunjukkan ada tidaknya derajat kolinearitas yang tinggi diantara variabel-variabel bebas. Jika antar variabel bebas berkorelasi dengan sempurna maka disebut multikolinearitas sempurna, yang berarti model kuadrat terkecil tersebut tidak dapat digunakan. Indikator untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas adalah menguji asumsi tersebut dengan uji korelasi antar variabel independen yaitu dengan matriks korelasi.

##### **c. Uji Autokorelasi**

Autokorelasi merupakan korelasi atau hubungan yang terjadi diantara anggota-anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam rangkaian ruang yang disebut data *cross sectional*. salah

satu pengujian yang umum digunakan untuk mengetahui adanya autokorelasi adalah uji statistik *Durbin Watson*. Uji ini dihitung berdasarkan jumlah selisih kuadrat nilai-nilai taksiran faktor-faktor gangguan yang berurutan.

#### d. Uji Heteroskedastisitas

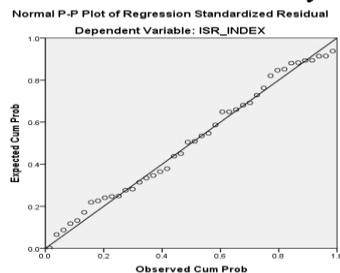
Penyimpangan asumsi klasik ini adalah adanya gejala heteroskedastisitas, artinya varians variabel dalam model tidak sama konsekuensi dari adanya gejala heteroskedastisitas adalah penaksir yang diperoleh tidak efisien, baik dalam sampel besar maupun kecil walaupun penaksir yang diperoleh menggambarkan populasinya dalam arti tidak bias. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji *scatterplot*.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Asumsi Klasik

#### a. Hasil uji normalitas data

**Gambar 1** Grafik *Probability Plot*



Sumber : Data Olahan, 2020

Gambar di atas menunjukkan bahwa sebaran data berada disekitar garis diagonal mendekati dan mengikuti garis, maka dengan melihat gambar diatas dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

#### b. Hasil Uji Multikolinearitas

##### Hasil Uji Multikolinearitasi

**Tabel 2**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	ROA	0.792	1.262
	CAR	0.514	1.947
	JDK	0.932	1.073
	ME	0.579	1.728

a. Dependent Variable: ISR\_INDEX

Sumber : Data olahan SPSS versi 21,2020

Berdasarkan hasil pada tabel di atas dapat dilihat bahwa ketiga variabel independen memiliki nilai *tolerance* >0,10 dan *VIF* < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi korelasi antar variabel independen atau bebas dari multikolinearitas.

#### c. Hasil Uji Autokorelasi

**Tabel 3** Hasil Uji Autokorelasi  
Model Summary<sup>b</sup>

Durbin-Watson
1.385

a. Predictors: (Constant), ME, JDK, ROA, CAR

b. Dependent Variable: ISR\_INDEX

Sumber: Data olahan SPSS versi 21,2020

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai *Durbin Watson* sebesar 1,385 ini berarti nilai *Durbin Watson* berada diantara -2 sampai +2 sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini data tidak terdapat autokorelasi.

#### d. Hasil Uji Heterokedastisitas

**Gambar 2**



Sumber: Data olahan SPSS versi 21,2020

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik yang ada tidak membentuk pola yang teratur dan menyebar secara acak diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas

### Hasil Uji Regresi Linier Berganda

**Tabel 4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	.300	.102		2.951	.005
ROA	-.278	.100	-.371	-2.775	.009
CAR	.233	.103	.378	2.276	.029
JDK	-.004	.005	-.101	-.821	.417
ME	.243	.053	.724	4.627	.000

a. Dependent Variable: ISR\_INDEX

Sumber: Data olahan SPSS versi 21,2020

Berdasarkan table diatas diperoleh nilai 0,300 untuk konstanta, -0,278 untuk koefisien ROA, 0,233 untuk koefisien CAR -0,004 untuk koefisien JDK dan 0,243 untuk koefisien ME. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 0,300 + -0,278X_1 + 0,233X_2 + -0,004X_3 + 0,243 + e$$

Dimana:

- Y = Islamic Social Reporting
- X<sub>1</sub> = ROA
- X<sub>2</sub> = CAR
- X<sub>3</sub> = JDK
- X<sub>4</sub> = Media Exposure
- e = Error

### Uji Parsial (Uji t)

**Tabel 5 Hasil Uji Parsial t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	0.3	0.102		2.951	0.005
ROA	-.278	.100	-.371	-2.775	.009
CAR	.233	.103	.378	2.276	.029
JDK	-.004	.005	-.101	-.821	.417
ME	.243	.053	.724	4.627	.000

a. Dependent Variable: ISR\_INDEX

Sumber: Data olahan SPSS versi 21,2020

Berdasarkan data dari tabel di atas, maka dapat diambil keputusan bahwa:

1. Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah:

H<sub>0</sub> : ROA tidak berpengaruh terhadap *islam social reporting*

H<sub>1</sub> : ROA berpengaruh terhadap *islam social reporting*

Berdasarkan hasil uji parsial t di atas diperoleh nilai signifikan untuk variabel ROA adalah sebesar 0.009 < 0.05 dengan t<sub>hitung</sub> > t<sub>tabel</sub> (-2,775 > 2,024). Hal ini berarti bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel ROA berpengaruh negatif terhadap variabel *islam social reporting*.

2. Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah:

H<sub>0</sub> : CAR tidak berpengaruh *islam social reporting*

H<sub>2</sub> : CAR berpengaruh terhadap *islam social reporting*.

Berdasarkan hasil uji parsial t di atas diperoleh nilai signifikan untuk variabel CAR adalah sebesar 0,029 < 0,05 dengan t<sub>hitung</sub> > t<sub>tabel</sub> (2,276 > 2,024). Hal ini berarti bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>2</sub> diterima, maka dapat disimpulkan bahwa

variabel CAR berpengaruh signifikan terhadap variabel *islam social reporting*.

3. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah:

$H_0$  : JDK tidak berpengaruh terhadap *islam social reporting*.

$H_3$  : JDK berpengaruh terhadap *islam social reporting*.

Berdasarkan hasil uji parsial t di atas diperoleh nilai signifikan untuk variabel JDK adalah sebesar  $0,417 > 0,05$  dengan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-0,821 < 2,024$ ). Hal ini berarti bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_3$  ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa variabel JDK tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *islam social reporting*.

4. Hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah:

$H_0$  : ME tidak berpengaruh terhadap *islam social reporting*.

$H_4$  : ME berpengaruh terhadap *islam social reporting*.

Berdasarkan hasil uji parsial t di atas diperoleh nilai signifikan untuk variabel ME adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $0,4627 > 2,024$ ). Hal ini berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel ME berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *islam social reporting*.

## Uji F

**Tabel 6 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>	
F	Sig.
8.403	.000 <sup>b</sup>

a. Dependent Variable: ISR\_INDEX

b. Predictors: (Constant), ME, JDK, ROA, CAR

Sumber: Data olahan SPSS versi 21,2020

Berdasarkan tabel diatas didapat nilai Sig sebesar  $0.000 < 0.05$ . Untuk nilai F tabel yaitu  $(k ; n - k) = (4 ; 42 - 4)$  diperoleh nilai F tabel sebesar 2.62, jadi nilai F hitung  $> F$  tabel yaitu  $8.403 > 2.62$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh ROA, CAR, JDK dan ME secara simultan terhadap *islam social reporting*.

## Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.690 <sup>a</sup>	0.476	0.419	0.066696

a. Predictors: (Constant), ME, JDK, ROA, CAR

b. Dependent Variable: ISR\_INDEX

Sumber: Data olahan SPSS versi 21,2020

Berdasarkan tabel 6 di atas dapat dinilai bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) atau *R square* sebesar 0.476 atau 47,6%. Hal ini menunjukkan bahwa 47,6% variabel *islam social reporting* dijelaskan oleh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu ROA, CAR, JDK dan ME. Sedangkan sisanya 52,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pengaruh ROA, CAR, JDK dan ME terhadap *islam social reporting*. Setelah dilakukan dengan beberapa uji, maka penjelasan variabel akan diuraikan sebagai berikut:

### Pengaruh ROA terhadap *islam social reporting*

Diketahui bahwa nilai signifikan untuk variabel ROA adalah sebesar  $0.009 < 0.05$  dengan

$t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $-2,775 > 2,024$ ). Hal ini berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sebelumnya pada hasil koefisien regresi pada variabel ROA sebesar  $-0,278$  menunjukkan kearah negatif, di mana setiap penurunan 1% pada nilai ROA maka nilai ISR akan menurun sebesar  $-0,278$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel ROA berpengaruh negatif terhadap variabel *islam social reporting*, yang berarti semakin tinggi ROA maka perusahaan akan lebih luas dalam mengungkapkan informasi termasuk informasi mengenai tanggung jawab sosial secara islami. Semakin tinggi rasio ROA menggambarkan semakin tinggi pula tingkat kinerja keuangan yang dimiliki oleh perusahaan. Dengan kinerja keuangan yang baik, maka perusahaan cenderung melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya secara sukarela

Penelitian ini Hal ini sejalan dengan penelitian dari Widayuni dan Harto (2014) menunjukkan bahwa ROA memiliki pengaruh positif terhadap ISR.

#### **Pengaruh CAR terhadap *islam social reporting***

Diketahui bahwa nilai signifikan untuk variabel CAR adalah sebesar  $0,029 < 0,05$  dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,276 > 2,024$ ). Hal ini berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Sebelumnya pada hasil regresi linier berganda didapat nilai koefisien regresi pada variabel CAR sebesar  $0.233$  menunjukkan kearah positif, di mana setiap peningkatan 1% pada nilai CAR maka akan meningkatkan nilai ISR sebesar  $0.233$ . Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa variabel CAR berpengaruh positif dan signifikan

terhadap variabel *islamic social reporting*. Semakin besar jumlah modal yang tersedia maka manajemen perusahaan memiliki kesempatan untuk melakukan aktivitas tanggung jawab sosial semakin tinggi. Karena dengan modal yang besar pihak manajemen lebih leluasa dalam melakukan kegiatan tanggungjawab sosial dan mengungkapkannya pada laporan tahunan sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi CAR maka semakin tinggi pula pengungkapan ISR.

Penelitian ini sesuai yang dilakukan oleh Zuhdi (2015), yang menyatakan bahwa Capital Adequacy Ratio (CAR) berpengaruh terhadap Islamic Social Reporting (ISR).

#### **Pengaruh JDK terhadap *islam social reporting***

Diketahui bahwa nilai signifikan untuk variabel JDK adalah sebesar  $0,417 > 0,05$  dengan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-0.821 < 2,024$ ). Hal ini berarti bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_3$  ditolak. Sebelumnya pada hasil regresi pada variabel JDK sebesar  $-0.004$ , menunjukkan kearah negatif, di mana setiap penurunan 1% pada nilai JDK maka nilai ISR akan menurun sebesar  $0.784$ . Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa variabel JDK tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *islam social reporting*. Semakin besar Ukuran Dewan Komesaris maka pengawasan akan semakin baik. Adanya pengawasan yang semakin baik tersebut, maka diharapkan pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) dapat meminimalisasi informasi yang mungkin dapat disembunyikan oleh

manajemen. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi, dimana dengan Ukuran Dewan Komesaris yang besar akan dapat mendorong manajemen untuk semakin luas dalam mengungkapkan ISR.

Penelitian ini tidak sesuai oleh Mahardika Kurniawati dan Rizal Yaya (2017), yang menyatakan bahwa Ukuran Dewan Komesaris berpengaruh terhadap Islamic Social Reporting (ISR).

### **Pengaruh ME terhadap *islam social reporting***

Diketahui bahwa nilai signifikan untuk variabel ME adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $0,4627 > 2,024$ ). Hal ini berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima. Sebelumnya pada hasil regresi linier berganda didapat nilai koefisien regresi pada variabel ME sebesar 0,243, menunjukkan kearah positif, dimana setiap peningkatan 1% pada nilai ME maka nilai ISR akan meningkat sebesar 0,243 dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa variabel ME berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *islamic social reporting*. Pentingnya komunikasi perusahaan harus meningkatkan kesadaran untuk mengkomunikasikan hal laporan social tersebut, dimana dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Mengkomunikasikan aktifitas sosial perusahaan (berbasis islami) tentunya merupakan bentuk pertanggungjawaban perusahaan pada *stakeholders* untuk menyampaikan ide, saran yang membangun, bahkan bentuk kritik, serta respon yang adaptif yang didasari oleh prinsip syariah Ujang Rusdianto (2014).

## **SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara kinerja keuangan, *good corporate governance*, dan *media exposure* terhadap *islamic social reporting* pada perusahaan publik yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) tahun 2016-2018. Untuk menguji pengaruh antar variabel tersebut, penelitian ini menggunakan SPSS versi 21. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengelolaan dan analisis data pada bagian sebelumnya, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama ( $H_1$ ) diketahui bahwa variabel kinerja keruangan dengan proksi ROA berpengaruh secara negatif terhadap *islam social reporting*. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi ROA maka perusahaan akan lebih luas dalam mengungkapkan informasi termasuk informasi mengenai tanggung jawab sosial secara islami.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama ( $H_2$ ) diketahui bahwa variabel kinerja keuangan yang diproksi dengan CAR berpengaruh signifikan terhadap *islam social reporting*. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin besar jumlah modal yang tersedia maka manajemen perusahaan memiliki kesempatan untuk melakukan aktivitas tanggung jawab sosial semakin tinggi termasuk tanggung jawab sosial yang berhubungan dengan islami.

3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama ( $H_3$ ) diketahui bahwa variabel *good corporate governance* dalam hal ini adalah dewan komisaris diproksikan dengan JDK tidak berpengaruh signifikan terhadap *islam social reporting*. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin besar ukuran dewan komesaris maka pengawasan akan semakin baik. Adanya pengawasan yang semakin baik tersebut, maka diharapkan pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) dapat meminimalisasi informasi yang mungkin dapat disembunyikan oleh manajemen.
4. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama ( $H_4$ ) diketahui bahwa variabel *media exposure* berpengaruh signifikan terhadap *islam social reporting*. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa pentingnya komunikasi perusahaan dapat meningkatkan kesadaran untuk mengkomunikasikan hal laporan social tersebut, dimana dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

#### **Keterbatasan Penelitian**

Pada penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan antara lain sebagai berikut:

1. Perusahaan ini hanya menggunakan satu jenis perusahaan yaitu perusahaan publik sehingga hasil ini kemungkinan tidak sama jika diaplikasikan pada jenis perusahaan lain maupun sektor perusahaan lain.
2. Periode pengamatan ini relatif pendek yaitu dengan

jangka waktu 3 tahun (2016-2018) yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu.

3. Peneliti hanya menggunakan tiga variabel independen yaitu kinerja keuangan, *good corporate governance* dan *media exposure* masih banyak kemungkinan faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap manajemen laba sesuai dengan uji koefisien determinasi.

#### **Saran**

Berdasarkan hasil dalam penelitian ini, maka penulis mencoba untuk memberikan saran sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas sampel penelitian pada jenis perusahaan lain, misalnya manufaktur, perbankan syariah, dan jasa.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah rentang waktu penelitian agar lebih menjelaskan gambaran kondisi dan waktu sesungguhnya.
3. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat menambahkan beberapa variabel lain yang dapat mempengaruhi manajemen laba, sehingga hasil penelitian semakin baik.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Bhattacharya, C. B., Sankar Sen, Daniel Korschun (2007). *Corporate Social Responsibility As An Internal Marketing Strategy*.

- Forthcoming: Sloan  
Management Review
- Cahya, Tri, Bayu. 2017. *Islamic Social Report: Ditinjau Dari Aspek Corporate Governance Strength, Media Exposure, dan Karakteristik Perusahaan Berbasis Syariah Di Indoonesia Serta Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan.* Disertasi. Universitas Islam Negeri Sumatra Utara.
- Haniffa, R. 2002. Social Reporting Disclosure-An Islamic Perspective. *Indonesia Management & Accounting Research*, 128-146.
- Kurniawati, Mahardika dan Yaya, Rizal. 2017. *Pengaruh Mekanisme Corporate Governanace, Kinerja Keuangan, dan Lingkungan terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting.* *Journal Akuntansi dan Investasi*. Volume 18 Nomor 2.
- Putri, Tria, Karina dan 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.* Di Ponegoro Journal OF Accounting Volume 3, Nomor 2.
- Sudrajat, Wawan. 2017. *Pengaruh Kinerja keuangan, Ukuran Perusahaan dan Mekanisme Corporate Governanace Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR),* E-Jurnal Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR.* Fasch
- Othman, R., Thani, A. M., dan Ghani, E. K.2009. *Determinants Of Islamic Social Reporting Among Top Shariah-Approved Companies in Bursa Malaysia.* *Resarch Journal of Internasional Studies*. Issue 12: 4-20.
- Ujang Ruadianto, *Cyber CSR. 2014. A Guide to CSR Communications on Cyber Media.* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Widayuni, Nisrina dan Harto, Puji.2014. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perbankan Syariah Di Indonesia dan Malaysia.* *Diponegoro Journal Of Accounting*. Volume 3, Nomor 2, Tahun 2014, Halaman 1-11.

[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)