

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Kajian Teori**

##### **2.1.1. Legitimacy Theory**

Teori legitimasi di kemukakan pertama kali oleh Dowling, J. dan Pfeffer (1975) memberi gambaran terkait adanya ketidaksamaan nilai-nilai yang dianut terhadap nilai-nilai dalam masyarakat, sehingga perusahaan akan ada pada posisi berbahaya dimana hal tersebut disebut *Legitimacy gap*. Hal ini akan timbul bila perusahaan tidak peka terhadap dampak yang mungkin ditimbulkan dari aktivitas perusahaan serta keinginan masyarakat terhadap perusahaan dan hanya berorientasi untuk memperoleh laba setinggi tingginya. Pengungkapan ISR sangat berguna bagi perusahaan untuk memperkecil legitimasi gap dengan peningkatan kesesuaian operasional perusahaan dan harapan masyarakat.

Legitimasi merupakan kondisi psikologis keberpihakan orang dan golongan orang yang sangat peka pada lingkungan sekelilingnya baik fisik ataupun nonfisik. Legitimasi masyarakat yakni faktor strategi bagi perusahaan untuk memajukan perusahaan kedepannya. Hal itu bisa di jadikan objek untuk menkonstruksikan strategi perusahaan, khususnya terkait usaha memposisikan diri dalam lingkungan masyarakat yang bertambah maju. Ciri-ciri bila perusahaan atau organisasi sudah di legitimasi oleh masyarakat yakni berlandaskan kerangka rasional dan legal (Harsanti 2011).

Menurut Dowling, J. dan Pfeffer (1975) memberi alasan yang logis terkait legitimasi organisasi dan menyebutkan bila organisasi berupaya membentuk

keselarasan nilai-nilai sosial yang ada pada aktivitasnya dengan norma perilaku dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasinya yaitu bagian dari sistem tersebut. Selama ke dua sistem nilai ini sama, kita bisa mengamati hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan. Saat ketidaksamaan aktual atau potensial ada diantara kedua sistem nilai ini, maka akan terdapat ancaman pada legitimasi. Dengan adanya teori legitimasi ini diharapkan perusahaan ketika menjalankan ISR tidak lagi menjadi suatu keharusan yang dapat merugikan perusahaan, namun hal ini menjadi dasar bagi perusahaan untuk membentuk kesetaraan sosial yang berlandaskan norma dan nilai dalam masyarakat sehingga legitimasi perusahaan bisa terwujud.

### **2.1.2. Stakeholders Theory**

Konsep stakeholder pertama kali dikembangkan oleh Freeman (1994) untuk menjelaskan tingkah laku perusahaan (*corporate behaviour*) dan kinerja sosial. Teori *Stakeholder* menyebutkan bila perusahaan bukanlah entitas yang hanya berjalan untuk kebutuhan perusahaan sendiri tetapi wajib memberi manfaat bagi *stakeholdernya*. *Stakeholder* sebuah perusahaan meliputi dari pemegang saham, kreditor, pelanggan, pemasok, pegawai dan komunitas lainnya misalnya masyarakat yang bagian dari lingkup sosial. *Stakeholder* hakikatnya mengendalikan atau mempunyai kemampuan untuk memberi pengaruh dalam penggunaan sumber ekonomi yang di pakai perusahaan.

Menurut Solihin (2009) menjelaskan bahwa stakeholders dibagi dalam dua golongan, yakni :

- a) *Inside Stakeholders* : terdiri atas orang-orang yang memiliki kepentingan dan tuntutan terhadap sumber daya perusahaan serta berada di dalam organisasi perusahaan. pihak-pihak yang termasuk dalam kategori *inside stakeholders* adalah pemegang saham (*stockholders*), manajer dan karyawan.
- b) *Outside Stakeholders* : terdiri atas orang-orang maupun pihak-pihak yang bukan pemilik perusahaan, bukan pemimpin perusahaan, dan bukan pula karyawan perusahaan, namun memiliki kepentingan terhadap perusahaan dan dipengaruhi oleh keputusan serta tindakan yang dilakukan oleh perusahaan. Pihak-pihak yang termasuk dalam kategori *outside stakeholders* adalah pelanggan (*customers*), pemasok (*supplier*), pemerintah (*government*), masyarakat lokal, dan masyarakat secara umum.

Teori *Stakeholder* bersangkutan dengan konsep tanggungjawab sosial dimana keberlangsungan hidup dipengaruhi oleh para stakeholdernya. Tanggungjawab perusahaan tidak hanya untuk memaksimalkan laba dan kebutuhan pemegang saham, tetapi wajib melihat kondisi masyarakatnya, konsumen dan pemasok sebagai bagian dari operasi perusahaan itu sendiri.

### **2.1.3. Bank Syariah**

Menurut UU No. 21 Tahun 2008 terkait bank syariah, pengertian bank syariah yaitu bank yang melaksanakan bisnisnya berlandaskan prinsip syariah. Menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Usaha Unit Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Sesuai istilah internasional bank syariah di kenal Islamic banking atau juga di sebut *interest-free banking*.

Menurut Antonio dan Syafi'i (1992) membedakan bank syariah jadi dua definisi, yakni Bank Islam dan bank yang berjalan terhadap prinsip syariah Islam. Bank Islam yakni (1) bank yang berjalan sesuai dengan prinsip syariah Islam; (2) bank yang secara operasional mengarah kepada ketetapan Al-Quran dan Hadits. Sedangkan bank yang melakukan kegiatan operasionalnya sesuai prinsip syariah yaitu bank yang menerapkan aturan syariat Islam, terutama yang berkaitan tatacara bermuamalah. Dalam tatacara bermuamalah dengan menjauhi praktek yang di khawatirkan mencakup aspek riba dari investasi atas dasar bagi hasil dan pendanaan perdagangan.

Bank syariah dikembangkan sebagai lembaga usaha keuangan yang melakukan aktivitas usaha berlandaskan prinsip dasar ekonomi Islam. Ekonomi Islam pada perbankan syariah bertujuan tidak hanya berfokus pada tujuan bisnis yang tercermin dalam pencapaian mencari laba maksimum saja, tetapi juga memperhitungkan perannya ketika memberi manfaat bagi masyarakat guna memenuhi fungsi sosialnya. Dengan mengumpulkan dan mendistribusikan zakat, infaq, sedekah dan wakaf (ZISW).

Ada dua kegiatan utama pada operasional bank syariah, yaitu penghimpunan dana/pendanaan dan pembiayaan. Produk pendanaan pada bank syariah, terdiri: tabungan, giro dan deposito. Sementara produk pendanaan bank syariah terdiri: pendanaan berlandaskan prinsip jual beli terhadap marjin, pembiayaan berlandaskan prinsip jual beli terhadap pembayaran di muka, pembiayaan berlandaskan prinsip pesanan (*istishna*), pembiayaan menurut prinsip sewa (*ijarah*), kemitraan (*musyarakah*) dan penyertan modal (*mudharabah*). Selain

itu, bank syariah juga menyajikan produk jasa, yang terdiri: penarikan utang-piutang (*hawalah*), perlimpahan/gadai (*rahn*), pinjaman uang (*qardh*), perwakilan (*wakalah*), penjaminan (*kafalah*), titipan (*wadiah*).

#### **2.1.4. Pengungkapan**

Menurut Widiawati dan Raharja (2012), Secara sederhana pengungkapan didefinisikan sebagai transmisi informasi. Melalui laporan keuangan, manajemen dapat mengamati keadaan perusahaan. Berapa banyak informasi yang diperoleh dari laporan keuangan tergantung pada seberapa banyak informasi yang diungkapkan perusahaan dalam laporan keuangan. Sebagaimana dibuktikan oleh laporan tahunan, bank syariah harus menggambarkan tanggung jawab sosial perusahaan yang sangat eksplisit dalam praktik pelaporan sosial mereka (Hadinata 2019).

Pada konteks islam, tujuan pertama dari laporan perusahaan yaitu untuk memungkinkan perusahaan islam menunjukkan kepatuhan mereka pada Syariah. Tujuan lainnya dari laporan perusahaan mungkin termasuk yang dikenal dengan model barat, yaitu untuk membantu mengambil keputusan dalam membentuk keputusan ekonomi, tetapi pada perspektif islam ini yakni tujuan sekunder. Implikasinya yakni bila bisnis Syariah wajib mengungkapkan seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memberi informasi kepada masyarakat terkait aktivitas operasional. Kata lain konsep pengungkapan bersangkutan dengan konsep akuntabilitas (Firmansyah 2013).

### 2.1.5. *Islamic Social Reporting (ISR)*

Pada teori Islam, nilai etis dalam pandangan Islam mempunyai dasar yang tetap, tidak ada pengaruh oleh waktu ataupun oleh teoritis yang lain (Milenia dan Syafei 2021). Islam yaitu agama yang dengan lengkap merancang semua unsur kehidupan di dunia. Konsep etika Islam yakni akuntabilitas perspektif ekonomi Islam yakni laporan tanggungjawab sosial berlandaskan prinsip syariah. Dalam perspektif Islam, *social report* yaitu praktek bisnis yang mempunyai tanggungjawab etis islami. Perusahaan memasukan norma agama islam yang ditandai dengan adanya komitmen ketulusan ketika memelihara kontrak sosial di operasinya. Dengan begitu, praktek bisnis dalam kerangka Islami mencakup sejumlah kegiatan. Walaupun tidak dibatasi total kepemilikan barang, jasa serta profitnya, tetapi cara-cara untuk mendapatkan dan pendaayagunaannya dibatasi oleh peraturan halal dan haram oleh syariah (Hadinata 2019).

ISR menurut AAOIFI didefinisikan sebagai semua hal yang di laksanakan oleh institut finansial islam guna mencakup kepentingan religi, ekonomi, hukum, etika, dan *discretionary responsibilitie* selaku lembaga finansial baik bagi setiap orang ataupun institusi. Kerangka ISR awal mula di gagas oleh Haniffa (2002), lalu dikembangkan lebih lanjut oleh Othman et al. (2009) di Malaysia dan sampai sekarang ini ISR masih selalu di kembangkan lebih lanjut oleh peneliti berikutnya (Pratomo dan Nugrahanti 2022).

Menurut Haniffa (2002) ada banyak keterbatasan pada laporan kegiatan sosial konvensional yang umumnya dilaksanakan memakai indeks GRI (*Global Reporting Intiatives*), maka ia menyebutkan suatu kerangka ISR yang berdasarkan

atas ketetapan syariah berlandaskan standar yang sudah di tentukan oleh AAOIFI sebagai organisasi yang menjalankan standarisasi acuan keuangan syariah global. Dalam peranannya, ISR sangatlah dibutuhkan oleh korporasi/entitas syariah sebagai dasar dalam bisnis dengan bertujuan membuktikan akuntabilitas pada Allah SWT dan masyarakat serta untuk menaikan transparansi bisnis dengan memberi informasi yang relevan guna kepentingan religi khususnya para investor muslim (Pratomo dan Nugrahanti 2022). Sebagai lembaga keuangan Islam, bank syariah harus memiliki identitas moral, memasukkan keuntungan dan tanggung jawab sosial ke dalam tujuan mereka untuk mencerminkan tujuan Islam dibidang ekonomi dan sosial (Haniffa dan Hudaib 2007).

Menurut Haniffa dan Hudaib (2002) menyebutkan bila ISR harusnya di bangun dalam suatu *framework* yang mengaitkan tiga dimensi yang sama-sama bersangkutan. Tiga dimensi ini yakni: memenuhi hak Allah SWT, hak msyarakat dan hak setiap orang. Dimensi ini wajib diuraikan berdasarkan prinsip syariah yang mengabungkan pada tujuan ISR yang memuat dua tujuan baik vertikal kepada Allah SWT ataupun horizontal kepada umat manusia.

#### **2.1.5.1. Tujuan *Islamic Social Reporting***

Menurut Pratomo dan Nugrahanti (2022) tujuan dari *Islamic Social Reporting* sebagai berikut :

1. Bentuk akuntabilitas kepada Allah SWT dan masyarakat,
2. Menaikan transparansi bisnis secara menyediakan informasi yang baik secara melihat kebutuhan spiritual investor muslim atau ke patuhan syariah dalam penarikan keputusan.

<b>Bentuk Akuntabilitas :</b>	<b>Bentuk Transparansi :</b>
1. Menyajikan produk yang halal dan baik, 2. Mencakup hak-hak Allah SWT dan rakyat; 3. Menarik laba yang wajar berlandaskan prinsip islam, 4. Mengapai tujuan usaha, 5. Menjadi pegawai dan masyarakat, 6. Meyakinkan usaha yang berkelanjutan ekologis; 7. Menjadikanya pekerjaan bentuk ibadah.	1. Informasi terkait seluruh aktivitas halal dan haram di laksanakan, 2. Informasi yang relevan terkait pendanaan dan kebijakan, 3. Memberi informasi yang relevan terkait kebijakan pegawai, 4. Memberi informasi yang relevan terkait interaksi terhadap rakyat, 5. Informasi yang relevan terkait pemakaian sumber daya perlindungan lingkungan.

#### 2.1.5.2. Indeks *Islamic Social Reporting*

Pengungkapan ISR yaitu pengembangan kinerja sosial perusahaan yang memuat keinginan masyarakatnya, baik perspektif ekonomi ataupun spiritual. Maka dari itu, ISR tidak hanya memberi bantuan *stakeholder*, namun juga membantu bank syariah pada pemenuhan kewajiban kepada Allah SWT serta masyarakatnya (Milenia dan Syafei 2021). Untuk mencapai tujuan ISR, Haniffa dan Hudaib (2007) membentuk lima tema berdasarkan prinsip syariah. Kelima tema ini yakni keuangan dan investasi, produk, karyawan, masyarakat, dan lingkungan yang lalu di kembangkan oleh Othman et al. (2009) menjadi enam tema yakni keuangan dan investasi, produk dan jasa, karyawan, masyarakat, lingkungan, dan tatakelola organisasi. Berikut ini adalah penjelasan dari 6 indeks ISR :

##### 1. Keuangan dan Investasi (*Finance & Investment*)

Menurut tema ini, perbankan tidak boleh menjalankan kegiatan yang bersangkutan terhadap riba atau gharar, ketentuan atas piutang tak tertagih, *curren value balanceshet*, serta *value added sheet*. Riba yaitu tiap tambahan atas



pinjaman baik yang ada di transaksi utang piutang ataupun perdagangannya. Kegiatan yang mencakup riba di larang dalam Islam. Termasuk satu bentuk riba didunia bank yaitu pendapatan dan beban bunga (Gatandi dan Filianti 2021).

## 2. Produk dan Jasa (*Product & Services*)

Tema ini ada tanggungjawab bagi perusahaan mengungkapkan semua barang serta jasa yang ada label haram misalnya miras, babi, dan judi. Sebab pengungkapan di butuhkan publik untuk melihat status halal serta thoyyib pada barang serta jasa (Gatandi dan Filianti 2021). Menurut Othman et al. (2009) sejumlah unsur yang harus diungkapkan pada indeks ini yakni status kehalalan produk yang dipakai dan layanan atas keluhan pelanggan. Hal lain yang wajib di ungkapkan oleh bank syariah menurut Haniffa dan Hudaib (2007) yakni *glossary* atau definisi setiap barang serta akad yang mendasari produk ini. Akad-akad di bank syariah memakai istilah yang masih asing, maka perlu informasi mengenai arti akad itu supaya gampang di paham oleh pemakaian informasi.

## 3. Karyawan (*Employees*)

Menurut Gatandi dan Filianti (2021) tema ini bersangkutan terhadap konsep etika dan keadilan. Dalam tema ini, publik berhak mengetahui bagaimana perusahaan menangani pegawainya secara adil melalui pengungkapan informasi tentang gaji, jam kerja, dan lainnya. Pada penelitian ini, syarat yang di tetapkan yaitu : jumlah jam kerja, hari libur, tunjangan dan lainnya.

#### 4. Masyarakat (*Community*)

Menurut Gatandi dan Filianti (2021) tema ini yaitu konsep dasar dari *ummah*, *amanah*, serta *adl* yang mengutamakan pada pentingnya berbagi dan saling memperingan beban. Bentuk saling berbagi dan tolong menolong bagi bank syariah bisa dilaksanakan secara sedekah, wakaf, dan qardh. (Haniffa 2002).

#### 5. Lingkungan (*Environment*)

Menurut tema ini, perusahaan yang kegiatan operasionalnya tidak melaksanakan kegiatan yang merusak serta merugikan lingkungan alam. Syarat pada penelitian ini yaitu konservasi lingkungan, kampanye *go green*, audit lingkungan, serta peraturan manajemen lingkungan (Gatandi dan Filianti 2021). Item-item yang di ungkapkan yaitu apakah perusahaan menjaga lingkungan, apakah aktivitas perusahaan mengakibatkan polusi, apakah perusahaan ikut menjalankan pendidikan lingkungan hidup, apakah perusahaan menjalankan audit lingkungan, dan apakah menetapkan sistem manajemen lingkungan (Othman et al. 2009).

#### 6. Tata Kelola Organisasi (*Corporate Governance*)

Indeks ini menjelaskan bagaimana tatakelola perusahaan yang dilakukan oleh bank syariah. Menurut tema ini, ukuran pengungkapan yaitu: transparansi kondisi keuangan serta non keuangan, *profile* serta kiat organisasi, penyelenggaraan tugas serta tanggungjawab dewan komisaris, fungsi ketaatan bank, bentuk organisasi, penyelenggaraan tugas serta tanggung jawab dewan pengawas syariah, serta fungsi audit internal serta eksternal. Selain itu, tema ini

berisi terkait status kepatuhan bank syariah pada prinsip, struktur ke pemilikan saham, serta peraturan antikorupsi (Gatandi dan Filianti 2021).

#### **2.1.6. Faktor Faktor Pengungkapan Tanggungjawab Sosial**

Setiap perusahaan atau bank memiliki peraturan yang tidak sama terkait pengungkapan sosial berlandaskan ciri perusahaan termasuknya pada bank syariah. Terdapat sejumlah unsur yang bisa memberi pengaruh pengungkapan tanggungjawab sosial yakni: ukuran perusahaan, umur perusahaan, ukuran dewan pengawas syariah dan frekuensi rapat dewan pengawas syariah.

##### **1. Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan merupakan skala yang dipakai untuk menetapkan besar kecilnya perusahaan (Alfarizi 2016). Ukuran perusahaan bisa dinilai dari beberapa segi. Besar kecilnya ukuran bisa dilandaskan pada jumlah nilai aktiva, jumlah penjualan, kapitalisasi pasar, total pegawai dan lainnya. Semakin besar nilai item-item tersebut maka semakin besar pula ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan termasuk ukuran krusial yang banyak dipakai untuk menerangkan variasi pengungkapan pada laporan tahunan (Arianugrahini dan Firmansyah 2020). Menurut Othman et al. (2009) dalam penelitiannya menyebutkan bila berlandaskan *agency theory*, perusahaan besar yang di ukur dengan memakai jumlah asetnya akan memberikan tingkat pengungkapan yang cenderung tinggi ketika mewakilkan diri mereka sebagai perusahaan yang baik ketika memperluas tanggungjawab sosial mereka dan menemukan bahwa ukuran perusahaan memberi pengaruh keputusan mereka untuk memberikan tingkat pengungkapan dalam laporan tahunan. Maka jumlah aset dinilai bisa mencerminkan apakah

sebuah perusahaan termasuk ke golongan perusahaan dengan ukuran besar atau kecil.

## 2. Umur Perusahaan

Umur perusahaan merupakan aspek penting dalam memberikan pengaruh tingkat pengungkapan. Umur perusahaan membuktikan lamanya periode sebuah perusahaan itu sudah ada atau berjalan pada sebuah industri. Umur perusahaan bisa dihitung dari perusahaan tersebut didirikan pertama kali. Perusahaan yang mempunyai usia cenderung tua diasumsikan akan memberi pengungkapan informasi yang cenderung banyak dalam laporan tahunan di banding dengan perusahaan dengan usia yang lebih muda (Arianugrahini dan Firmansyah 2020). Menurut Haniffa (2002) menyebutkan bila perusahaan dengan umur yang cenderung tua akan memberikan pengungkapan yang semakin luas dalam mencakup tanggungjawab kepatuhan perusahaan terhadap aturan dan masyarakat.

## 3. Ukuran Dewan Pengawas Syariah

Dewan pengawas syariah merupakan badan independen yang ditempatkan oleh DSN pada bank syariah (Nurhikmah et al. 2018). Dewan pengawas syariah yakni sejumlah orang yang mengontrol bila terjadi ketidaksamaan prinsip syariah investor terhadap manajemen dalam bank syariah (Farook 2011). Anggota dewan pengawas syariah harus meliputi dari para pakar dibidang syariah muamalat dan pengetahuan umum dibidang perbankan (Nurhikmah et al. 2018).

Tugas utama dewan pengawas syariah yakni mengontrol aktivitas bisnis bank supaya tidak melanggar dari ketetapan dan prinsip syariah yang sudah di fatwakan oleh DSN. Dewan pengawas syariah juga mempunyai fungsi mediator bank dan DSN dalam komunikasi pengembangan produk baru bank syariah. Maka sebab itu, setiap produk baru bank syariah wajib memperoleh persetujuan dari dewan pengawas syariah (Ari 2015). Berdasarkan total minimum anggota dewan pengawas syariah, standar AAOIFI menyebutkan setidaknya 3 anggota dewan pengawas syariah yang merupakan syarat umum pada bank syariah (Taufik et al. 2015).

Di Indonesia sudah dibentuk aturan yang mewajibkan bila bank syariah harus mempunyai dewan pengawas syariah. Hal ini ada di Undang Undang No.10 tahun 1998 terkait perbankan. Pada aturan BI No. 11/3/PBI/2009 pasal 16 ada 2 ayat yang memaparkan terkait dewan pengawas syariah, (1) total anggota dewan pengawas syariah paling kurang 2 (dua) orang atau terbanyak 50% dari total anggota direksi. (2) dewan pengawas syariah di pimpin oleh ketua yang asalnya dari salah satu anggota dewan pengawas syariah, dan (3) anggota dewan pengawas syariah hanya bisa merangkap jabatan anggota dewan pengawas syariah paling banyak pada 4 lembaga keuangan syariah lainnya (Gatandi dan Filianti 2021).

Semakin banyak total anggota dalam dewan pengawas syariah, maka semakin banyak jumlah monitoring, menyiratkan tingkat yang cenderung besar dari kepatuhan pada hukum dan prinsi Islam. Dewan pengawas syariah akan bisa mengalokasikan fungsinya dikelompok yang cenderung besar dari

anggota, yang memungkinkan dewan pengawas syariah melihat lebih unsur kegiatan bank dan sebabnya meyakinkan kepatuhan yang cenderung besar. Termasuknya unsur kepatuhan yang lebih ke pengungkapan CSR (Khoiruddin 2013).

#### 4. Frekuensi Rapat Dewan Pengawas Syariah

Dalam rangka melaksanakan tugas, dewan pengawas syariah menyelenggarakan rapat rutin guna mengevaluasi kebijakan yang di ambil oleh dewan direksi dan implementasinya. Untuk mendorong pelaksanaan tugas dewan pengawas syariah dengan optimal, dewan pengawas syariah perlu menyelenggarakan rapat yang disebut rapat dewan pengawas syariah. Rapat dewan pengawas syariah yaitu sebuah tahap yang dilaksanakan oleh dewan pengawas syariah dalam pengambilan keputusan bersama terkait peraturan perusahaan yang akan dilaksanakan. Dengan begitu, frekuensi rapat dewan pengawas syariah akan menyebabkan efektivitas pengawasaan maka kineja akan bertambah baik. Apabila kinerja bertambah baik sehingga perusahaan ketika menjalankan pengungkapan tanggungjawab sosial akan bertambah luas (Ari 2015).

## 2.2. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama & Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Rama (2014)	Analisis Determinan Pengungkapan ISR (Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah di Indonesia)	Variabel Independen : X1: Ukuran Perusahaan X2: Umur Bank X3: Profitabilitas X4: <i>Leverage</i>  Variabel Dependen : Y: ISR	Umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR. Sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan ISR.
2.	Ramadhani (2016)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Ukuran DPS Terhadap Pengungkapan ISR (Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Tahun 2010-2014)	Variabel Independen : X1 : Ukuran Perusahaan X2 : Profitabilitas X3 : <i>Leverage</i> X4 : Ukuran DPS  Variabel Dependen : Y : ISR	Ukuran perusahaan dan ukuran DPS berpengaruh terhadap pengungkapan ISR.
3.	Baidok dan Septiarini (2016)	Pengaruh Dewan Komisaris, Komposisi Dewan Komisaris Independen, Dewan Pengawas Syariah,	Variabel Independen : X1 : Dewan Komisaris X2 : Komposisi Dewan Komisaris Independen	Ukuran DPS dan frekuensi DPS berpengaruh terhadap pengungkapan ISR.

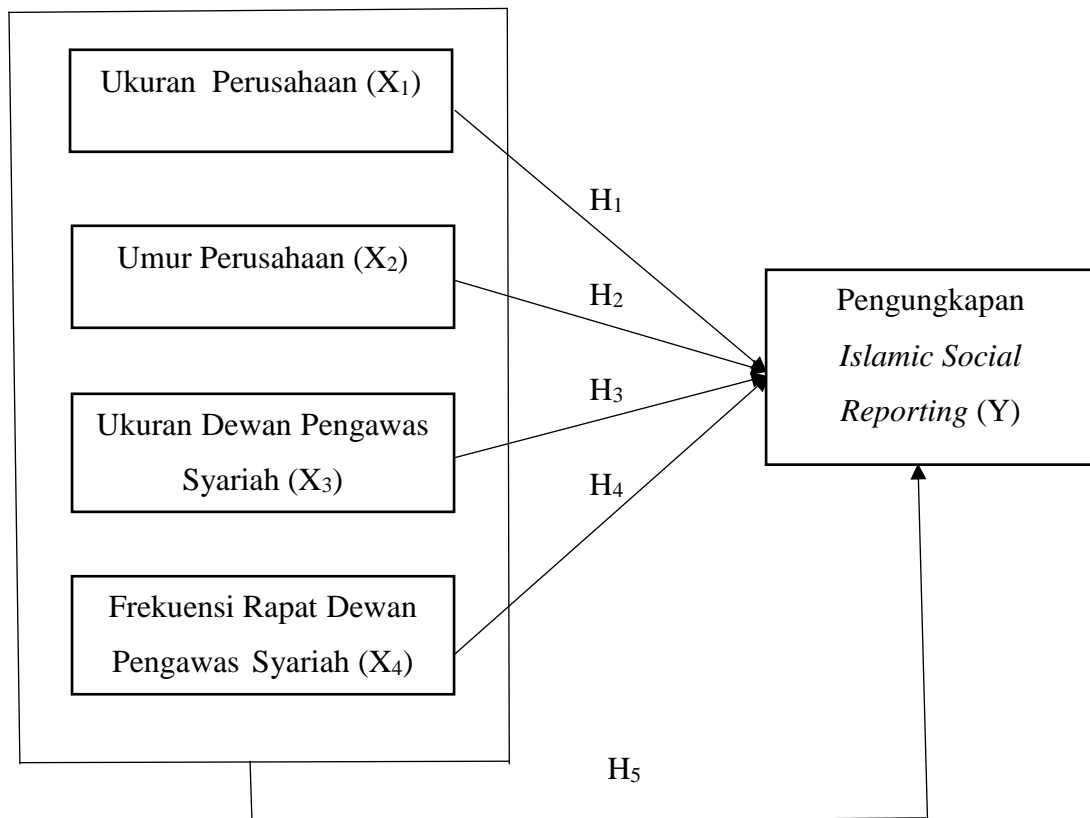
		Frekuensi Rapat Dewan Komisaris Syariah, Dan Frekuensi Rapat Komite Audit Terhadap Pengungkapan Indeks ISR Pada Bank Umum Syariah Periode 2010-2014	X3 : Ukuran DPS X4 : Frekuensi Rapat DPS X5 : Frekuensi Rapat Komite  Variabel Dependen : Y : ISR	
4.	Eksandy dan Hakim (2017)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan <i>Leverage</i> Terhadap Pengungkapan ISR (Pada Perbankan Syariah Di Indonesia Tahun 2011-2015)	Variabel Independen : X1 : Ukuran Perusahaan X2 : Profitabilitas X3 : <i>Leverage</i>  Variabel Dependen : Y : ISR	Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan ISR.
5.	Santoso dan Dhiyaul-Haq(2017)	Determinan Pengungkapan ISR pada Bank Umum Syariah di Indonesia	Variabel Independen : X1 : Profitabilitas X2 : <i>Award</i> X3 : Tipe Kepemilikan X4 : Ukuran Perusahaan  Variabel Dependen : Y : ISR	Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan ISR.
6.	Nurhikmah et al. (2018)	Pengaruh DPS Dan <i>Intellectual Capital</i> Terhadap Pengungkapan	Variabel Independen : X1 : Ukuran DPS	Ukuran DPS tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR.



		<i>Corporate Social Responsibility</i> Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Perbankan Syariah Di Indonesia)	X2 : <i>Intellectual Capital</i>  Variabel Dependen : Y : CSR	
7.	Arianugrahini dan Firmansyah (2020)	Determinan Pengungkapan ISR pada Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia	Variabel Independen : X1 : Ukuran Perusahaan X2 : Umur Perusahaan X3 : Profitabilitas X4 : <i>Leverage</i> X5 : Efisiensi Biaya  Variabel Dependen : Y : ISR	Umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR. Sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan ISR.
8.	Nusron dan Diansari (2021)	<i>Islamic Social Reporting</i> Pada Perbankan Syariah Di Indonesia	Variabel Independen : X1 : <i>Leverage</i> X2 : Profitabilitas X3 : Likuiditas X4 : Ukuran Perusahaan X5 : Umur Perusahaan X6 : <i>Islamic Governace Score</i>	Ukuran perusahaan dan umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR.

			Variabel Dependen : Y : ISR	
9.	Gatandi dan Filianti (2021)	Determinan Pengungkapan ISR Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Tahun 2015- 2019	Variabel Independen : X1 : Umur Perusahaan X2 : Ukuran DPS X3 : Profitabilitas X4 : Likuditas  Variabel Dependen : Y : ISR	Umur perusahaan dan ukuran DPS berpengaruh terhadap pengungkapan ISR.
10.	Milenia dan Syafei (2021)	Analisis Pengaruh <i>Islamic Governance</i> terhadap Pengungkapan ISR pada Bank Syariah di Indonesia	Variabel Independen : X1 : Ukuran DPS X2 : Frekuensi Rapat Dewan Direksi X3 : Frekuensi Rapat DPS X4 : Ukuran Dewan Komisaris X5 : Ukuran Dewan Direksi  Variabel Dependen : Y : ISR	Frekuensi rapat DPS tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR. Sedangkan ukuran DPS berpengaruh terhadap pengungkapan ISR.

### 2.3. Kerangka Pemikiran



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

Pengembangan alur penelitian ini yaitu pengaruh antara ukuran perusahaan, umur perusahaan, ukuran dewan pengawas syariah dan frekuensi rapat dewan pengawas syariah berdasarkan standar pengungkapan tanggungjawab sosial AAOIFI atau standar pengungkapan ISR. Kerangka pemikiran yang dijelaskan di atas menunjukkan pengaruh atau tidak pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

## **2.4. Pengembangan Hipotesis**

### **2.4.1. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting***

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan untuk menetapkan besar kecilnya perusahaan (Alfarizi 2016). Ukuran perusahaan bisa dinilai dari beberapa segi. Besar kecilnya ukuran bisa dilandaskan pada jumlah nilai aktiva, jumlah penjualan, kapitalisasi pasar, total pegawai dan lainnya. Semakin besar nilai item-item tersebut maka semakin besar pula ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan termasuk ukuran krusial yang banyak dipakai untuk menerangkan variasi pengungkapan pada laporan tahunan (Arianugrahini dan Firmansyah 2020). Perusahaan besar umumnya banyak permintaan guna keterbukaan informasi yang lebih tinggi dari pada perusahaan kecil. Jumlah terbesar *stakeholders* di bank syariah ialah umat islam. *Stakeholders* membutuhkan pengungkapan informasi dengan lengkap mengenai kegiatan perusahaan dimana *stakeholders* menanamkan investasi (Ramadhani 2016).

Berlandaskan teori legitimasi, perusahaan yang besar melakukan lebih banyak aktivitas dan memiliki pengaruh yang cenderung tinggi pada masyarakat. Maka dari itu, perusahaan yang besar umumnya menjadi perhatian masyarakat yang nantinya akan ada pada tekanan guna melegitimasi bisnis mereka. Perusahaan ketika meyakinkan masyarakat serta pihak lain ini sangat memerlukan suatu aksi lingkungan yang dipublikasikan, sehingga perusahaan akan selalu termotivasi guna mengungkapkan semua kegiatan lingkungan yang perusahaan jalankan pada suatu laporan yang diumumkan (Putra dan Ciriyan 2016).

Perusahaan yang ukurannya cenderung besar mempunyai *public demand* pada informasi yang cenderung tinggi dibandingkan yang cenderung kecil. Hal ini di karenakan banyak nya total *stakeholders* pada bank syariah yakni kebanyakan islam di mana mereka mempunyai kebutuhan pemenuhaan informasi aktivitas yang terdapat pada lokasi mereka berinvest. Menjalankan pengungkapan informasi tanggungjawab sosial islami yakni cara guna mencakup kebutuhan spiritual tidak hanya kepada *stakeholders* nya namun juga kepada Allah SWT (Ramadhani 2016). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rama (2014), Ramadhani (2016), Santoso dan Dhiyaul-Haq (2017), dan Arianugrahini dan Firmansyah (2020) bila ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan ISR. Berlandaskan pemaparan tersebut maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

**H1 = Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.**

#### **2.4.2. Pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting***

Umur perusahaan yakni faktor krusial dalam mempengaruhi tingkat pengungkapan. Perusahaan terhadap umur yang cenderung tua memungkinkannya akan memberi pengungkapan informasi yang cenderung banyak pada laporan tahunan di banding dengan umur yang cenderung muda (Arianugrahini dan Firmansyah 2020). Umur perusahaan di anggap sebuah hal yang membuktikan bila perusahaan tersebut bisa dipertahankan serta mampu berkompetisi terhadap yang lain (Gatandi dan Filianti 2021).

Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan yang mempunyai usia yang cenderung panjang adalah perusahaan yang bisa bertahan lumayan lama dalam kehidupan usaha. Keberlangsungan tersebut terus berlanjut karena adanya sebuah pengakuan dari masyarakat yaitu legitimasi. Sehingga bilamana perusahaan tersebut semakin lama bisa bertahan, maka sebagai bentuk tanggungjawabnya kepada masyarakat, perusahaan tersebut akan bertambah banyak mengungkapkan informasi lingkungannya pada laporan tahunan yang mereka keluarkan (Putra dan Ciriyani 2016). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gatandi dan Filianti (2021) bahwa umur perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan ISR. Berlandaskan pemaparan tersebut maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

**H2 = Umur perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.**

#### **2.4.3. Pengaruh ukuran dewan pengawas syariah terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting***

Dewan pengawas syariah yakni badan independent yang di tempatkan oleh DSN pada bank syariah (Nurhikmah et al. 2018). Guna meyakinkan transparansi berlandaskan prinsip syariah, sehingga diperlukan mekanisme pengontrolan yang memegang pada prinsip syariah. Adanya pengawasan syariah pada bank syariah yaitu penentu ketika penyelenggaraan semua transaksi serta produk yang di tawarkan berlandaskan aturan dan prinsip Islam (Baidok dan Septiarini 2016). Bertambah banyak total pengawas yang memakai prinsip syariah

dalam operasi usaha bank syariah, seharusnya bisa memperbanyak pengungkapan sarana informasi untuk *stakeholders*.

Teori stakeholder digunakan untuk menjelaskan hubungan dewan pengawas syariah terhadap pengungkapan ISR. Perusahaan wajib menjaga interaksi terhadap stakeholders supaya usahanya tetap pada kondisi stabil. Salah satu cara yang bisa perusahaan laksanakan yakni dengan mengakomodasi kemauan dan kebutuhan stakeholder, khususnya stakeholder yang memiliki dampak besar pada sumber daya yang diperlukan oleh perusahaan dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya, misalnya pegawai, produk, dan lain-lain (Ghozali dan Chariri 2014).

Semakin banyak total dewan pengawas syariah di sebuah bank syariah, semestinya membentuk bank syariah itu cenderung banyak yang mengawasi apakah aktivitas pemberdayaan dan kelestarian lingkungan usaha sudah di informasikan pada laporan tahunan (Ari 2015). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani (2016), Gatandi dan Filianti (2021), Baidok dan Septiarini (2016), Milenia dan Syafei (2021) bila ukuran dewan pengawas syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan ISR. Berlandaskan pemaparan tersebut maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

**H3 = Ukuran dewan pengawas syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.**

#### **2.4.4. Pengaruh frekuensi rapat dewan pengawas syariah terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting***

Efektifitas dewan pengawas syariah akan semakin baik jika sering melakukan pembahasan/diskusi atas permasalahan yang dikhawatirkan akan menyimpang dari prinsip syariah dalam melaksanakan operasi bank syariah. Sehingga dewan pengawas syariah harus sering untuk bertemu dan meyakinkan jika perusahaan telah berlandaskan prinsip syariah dalam melaksanakan operasi bank syariah (Ari 2015).

Berlandaskan teori stakeholder, perusahaan harus menjaga hubungan dengan stakeholder supaya bisnisnya tetap dalam kondisi stabil. Dewan pengawas syariah yang semakin sering menjalankan rapat maka akan semakin baik dan pengawasan akan semakin efektif berlandaskan prinsip syariah serta dewan pengawas syariah akan sering memberi partisipasi atau masukan kepada pihak manajemen dalam hal pengungkapan sosial khususnya unsur produk dan jasa bank syariah yang memang mempunyai cirikhas yang tidak sama terhadap produk dan jasa konvensional (Gestari 2014). Jadi, dewan pengawas syariah harus sangat teliti dalam membahas dan berdiskusi apabila ada permasalahan atau pengembangan produk dan jasa bank syariah. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Milenia dan Syafei (2021), Baidok dan Septiarini (2016) bila frekuensi rapat dewan pengawas syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan ISR. Berlandaskan pemaparan tersebut maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :



**H4 = Frekuensi rapat dewan pengawas syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.**

#### **2.4.5. Pengaruh secara Simultan**

Berlandaskan uraian di atas, pengungkapan ISR sangat bersangkutan terhadap ukuran perusahaan, umur perusahaan, ukuran dewan pengawas syariah dan frekuensi rapat dewan pengawas syariah. Sehingga dapat sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Milenia dan Syafei (2021), Arianugrahini dan Firmansyah (2020) menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Dengan demikian dapat diambil hipotesis :

**H5 = Ukuran perusahaan, umur perusahaan, ukuran dewan pengawas syariah dan frekuensi rapat dewan pengawas syariah secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.**