

PENGARUH PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP PENGUNGKAPAN *ISLAMIC SOCIAL REPORTING* DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Oleh

Nina Sabrina¹⁾

Dosen Tetap Yayasan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Palembang

Email : sabrina.vivi2018@gmail.com. Hp :081271019164

Betri²⁾

Dosen Tetap Yayasan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Palembang

Email : betri.sirajuddin@gmail.com. Hp : 08127816556

Info Artikel

Diterima : 5 Mei 2018

Direview : 6 Mei 2018

Disetujui : 29 Mei 2018

ABSTRACT

The problem in this research was to find out how profitability and leverage on Islamic Social Reporting disclosure with firm size as moderation variable in companies listed in Jakarta Islamic Index 2013-2017. The goal was to know the effect of profitability and leverage on Islamic Social Reporting disclosure with firm size as moderation variable. This research included associative research that aimed to determine the relationship of two or more variables and to know it's effect. The independent variables were profitability and leverage, the dependent variable was islamic social reporting disclosure, and the moderation variable was firm size. The research population was a company listed on the Jakarta Islamic Index and listed on the Indonesia Stock Exchange 2013-2017. The number of samples tested in 10 companies selected by purposive sampling method. Secondary data was needed as the basis of analysis, while the data collection technique was documentation. Analysis techniques used multiple linear analysis and moderated regression analysis. The result of the research showed that there was a significant effect of profitability and leverage together on the disclosure of Islamic Social Reporting. Only prtially profitability could effect the disclosure of Islamic Social Reporting significantly. Moderately moderating firm size variables could strength then the relationship between profitability and leverage on disclosure of Islamic social reporting with pure moderation.

Keywords ***Islamic Social Reporting Disclosure, Profitability, Leverage, Firm Size.***

ABSTRAK

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan *islamic social reporting* dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta *Islamic Index* tahun 2013-2017. Tujuannya untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan *islamic social reporting* dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih serta mengetahui pengaruhnya. Variabel bebasnya adalah profitabilitas dan *leverage*, variabel terikatnya adalah pengungkapan *islamic social reporting*, dan variabel modersi adalah ukuran perusahaan. Populasi penelitian adalah perusahaan yang tercatat di Jakarta *Islamic Index* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017. Jumlah sampel yang diuji sebanyak 10 perusahaan yang dipilih dengan metode *purposive sampling*. Data sekunder diperlukan sebagai dasar analisis, sedangkan teknik pengumpulan datanya adalah dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis

linier berganda dan *moderated regression analysis*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh signifikan profitabilitas dan *leverage* secara bersama terhadap pengungkapan *islamic social reporting*. Secara parsial hanya profitabilitas yang dapat mempengaruhi pengungkapan *islamic social reporting* secara signifikan. Sedangkan secara moderasi variabel ukuran perusahaan dapat memperkuat hubungan antara profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan *islamic social reporting* dengan moderasi murni (*pure moderator*).

Kata Kunci Pengungkapan *Islamic Social Reporting*, Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan.

PENDAHULUAN

Pada saat ini ekonomi Islam sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat. Seiring berjalannya waktu semakin banyak perusahaan yang berasaskan syariah yang bermunculan. Tidak terkecuali pada pasar modal syariah. Pasar modal syariah memiliki andil yang cukup besar dalam rangka meningkatkan pangsa pasar perusahaan-perusahaan berbasis syariah. Di Indonesia salah satu instrumen syariah yang terkait dengan pasar modal adalah *Jakarta Islamic Index* (JII). JII merupakan salah satu indeks saham yang ada di Indonesia yang menghitung index harga rata-rata saham untuk jenis saham-saham yang memenuhi kriteria syariah. Perusahaan yang terdaftar di JII diharapkan untuk menyajikan suatu dimensi religi. Termasuk dalam pengungkapan laporan tanggung jawab sosial perusahaannya.

Untuk menilai pengungkapan sosial perusahaan yang sesuai dengan syariah Islam, dikenal suatu indeks yang disebut sebagai *Islamic Social Reporting* (ISR). *Islamic social reporting* adalah standar pelaporan kinerja sosial perusahaan-perusahaan yang menjalankan kegiatan bisnis dengan prinsip syariah dan disampaikan perusahaan pada laporan tahunannya.

Kasmir (2017: 197) menyatakan bahwa salah satu cara untuk mengukur laba atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode tertentu dapat menggunakan rasio profitabilitas. Hery (2017: 192) mendefinisikan rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya.

Kasmir (2017: 150) untuk menjalankan operasinya setiap perusahaan memiliki berbagai kebutuhan, terutama yang berkaitan dengan dana agar perusahaan dapat berjalan sebagaimana mestinya. Dalam praktiknya untuk menutupi kekurangan akan kebutuhan dana, perusahaan memiliki beberapa pilihan sumber dana yaitu dari modal sendiri dan pinjaman (bank atau lembaga keuangan lainnya). Kombinasi dari kedua

penggunaan dana tersebut dikenal dengan nama rasio penggunaan dana pinjaman atau utang atau dikenal dengan nama rasio solvabilitas atau rasio *leverage*.

Hery (2017: 97) menyatakan ukuran perusahaan merupakan skala yang menunjukkan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan yang lebih besar cenderung akan lebih kritis mendapatkan perhatian baik para analis, investor maupun pemerintah. Menurut Haniffa & Cooke (2005) dalam Totok Mardikanto (2014: 203) menyatakan bahwa profitabilitas yang tinggi atau besa akan membuat ukuran perusahaan juga semakin besar. Hery (2017: 107) menyatakan bahwa manfaat tidak berwujud dari melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial adalah dapat memainkan peran dalam menciptakan nilai (*value*) bagi perusahaan.

Menurut Machfudz 1994 dalam Herawati (2005), ukuran perusahaan dijadikan variabel moderasi karena semakin besar ukuran perusahaan semakin tinggi profit yang dihasilkan perusahaan, dan semakin kecil aktiva perusahaan dibiayai oleh utang. Organisasi yang lebih besar rentan terhadap pengawasan oleh berbagai kelompok dalam masyarakat sehingga menghadapi tekanan yang lebih besar untuk mengungkapkan kegiatan sosial mereka agar bertanggung jawab secara sosial dan hukum. 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* dan tercatat di Bursa Efek Indonesia.

KAJIAN PUSTAKA

Syariah Enterprise Theory

Syariah enterprise theory merupakan teori yang telah diinternalisasi dengan nilai-nilai islam guna menghasilkan teori yang transedental dan lebih humanis. Konsep *syariah enterprise theory*, Aji (2009: 114) menyatakan bahwa Allah sebagai pencipta dan

pemilik tunggal dari seluruh sumber daya yang ada di dunia ini. Allah sebagai sumber amanah utama dan sumber daya yang dimiliki stakeholder. Dalam sumber daya tersebut melekat suatu tanggung jawab dalam penggunaan, cara dan tujuan yang ditetapkan oleh Sang pemberi amanah.

Islamic Social Reporting (ISR)

Islamic social reporting (ISR) adalah perpanjangan pelaporan sosial yang meliputi tidak hanya harapan dewan pengurus atas pandangan masyarakat terhadap peran perusahaan dalam ekonomi tetapi juga memenuhi perspektif spiritual untuk penggunaan laporan keuangan muslim.

Profitabilitas

Hery (2017: 192) mendefinisikan rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan sebagai alat untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya.

Leverage

Kasmir (2017: 151) mendefinisikan rasio solvabilitas atau *leverage ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang.

Ukuran Perusahaan

Hery (2017: 97) mendefinisikan ukuran perusahaan merupakan skala yang menunjukkan besar atau kecilnya suatu perusahaan.

Pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap pengungkapan *Islamic social reporting* secara bersama.

Kasmir (2017: 197) menyatakan bahwa salah satu cara untuk mengukur laba atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu dapat menggunakan rasio profitabilitas. Hery (2017: 192) mendefinisikan rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Perusahaan dengan profit yang lebih tinggi memiliki kecenderungan untuk melakukan intervensi kebijakan. Oleh karena itu, perusahaan tersebut akan terdorong untuk mengungkapkan informasi yang lebih rinci dalam laporan tahunan mereka dalam rangka mengurangi biaya politik dan menunjukkan kinerja keuangan kepada publik.

Kasmir (2017: 150) menyatakan untuk menjalankan operasinya setiap perusahaan memiliki berbagai kebutuhan, terutama yang berkaitan dengan dana agar perusahaan berjalan sebagaimana

mestinya. Dalam praktiknya untuk menutupi kekurangan akan kebutuhan dana, perusahaan memiliki beberapa pilihan sumber dana yaitu dari modal sendiri dan pinjaman (bank atau lembaga keuangan lainnya). Kasmir (2017: 151) menyatakan bahwa kombinasi dari kedua penggunaan dana tersebut dikenal dengan nama rasio penggunaan dana pinjaman atau utang atau dikenal dengan nama rasio solvabilitas atau rasio *leverage*. Kasmir (2017: 151) mendefinisikan rasio solvabilitas atau *leverage ratio* merupakan rasio untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan utang.

Hery (2017: 164) menyatakan bahwa hasil perhitungan rasio *leverage* diperlukan sebagai dasar pertimbangan dalam memutuskan antara penggunaan dana dari pinjaman atau penggunaan dana dari modal sebagai alternatif sumber pembiayaan aset perusahaan. Perusahaan harus menjelaskan kepada investor, kreditor ataupun pihak yang berkepentingan lainnya mengenai kemampuan mereka untuk membayar hutang dan dampak pinjaman tersebut dalam kegiatan perusahaan. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan memiliki dorongan untuk memberikan informasi dalah satunya informasi sosial yang lebih kepada pihak luar karena pengungkapan dapat mengurangi asimetri informasi dan ketidakpastian mengenai prospek perusahaan dimasa mendatang dan bertujuan memberikan keyakinan pada kreditor bahwa perusahaan tidak melanggar *covenants* (perjanjian) yang ada.

Penelitian terdahulu Rolia (2015) dan Fajrul dan Meuthia (2016) membuktikan bahwa variabel profitabilitas, kinerja lingkungan dan ukuran perusahaan secara bersama berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic social reporting*. Oleh karena itu, penelitian ini menduga bahwa profitabilitas dan leverage berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic social reporting* secara bersama.

H1 : Profitabilitas dan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic social reporting* secara bersama.

Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Islamic social reporting*.

Hery (2017: 192) mendefinisikan tujuan operasional dari sebagian besar perusahaan adalah untuk memaksimalkan laba atau profit. Kasmir (2017: 197) menyatakan bahwa salah satu cara untuk mengukur laba atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu dapat menggunakan rasio profitabilitas. Hery (2017: 192) mendefinisikan rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas

normal bisnisnya. Perusahaan dengan profit yang lebih tinggi memiliki kecenderungan untuk melakukan intervensi kebijakan. Oleh karena itu, perusahaan tersebut akan terdorong untuk mengungkapkan informasi yang lebih rinci dalam laporan tahunan mereka dalam rangka mengurangi biaya politik dan menunjukkan kinerja keuangan kepada publik.

Penelitian terdahulu Widarto (2017) dan Rohana Othman (2009) membuktikan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan *Islamic social reporting*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anita dan Mulyaning (2015) bahwa profitabilitas signifikan berpengaruh secara positif terhadap tingkat pengungkapan *Islamic social reporting*. Oleh karena itu, penelitian ini menduga bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan *islamic social reporting*.

H_{2.a} : profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *islamic social reporting*.

Pengaruh leverage terhadap pengungkapan *Islamic social reporting*.

Kasmir (2017: 150) menyatakan untuk menjalankan operasinya setiap perusahaan memiliki berbagai kebutuhan, terutama yang berkaitan dengan dana agar perusahaan berjalan sebagaimana mestinya. Dalam praktiknya untuk menutupi kekurangan akan kebutuhan dana, perusahaan memiliki beberapa pilihan sumber dana yaitu dari modal sendiri dan pinjaman (bank atau lembaga keuangan lainnya). Kasmir (2017: 151) menyatakan bahwa kombinasi dari kedua penggunaan dana tersebut dikenal dengan nama rasio penggunaan dana pinjaman atau utang atau dikenal dengan nama rasio solvabilitas atau rasio *leverage*. Kasmir (2017: 151) mendefinisikan rasio solvabilitas atau *leverage ratio* merupakan rasio untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan utang.

Hery (2017: 164) menyatakan bahwa hasil perhitungan rasio *leverage* diperlukan sebagai dasar pertimbangan dalam memutuskan antara penggunaan dana dari pinjaman atau penggunaan dana dari modal sebagai alternatif sumber pembiayaan aset perusahaan. Perusahaan harus menjelaskan kepada investor, kreditor ataupun pihak yang berkepentingan lainnya mengenai kemampuan mereka untuk membayar hutang dan dampak pinjaman tersebut dalam kegiatan perusahaan. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan memiliki dorongan untuk memberikan informasi dalah satunya informasi sosial yang lebih kepada pihak luar karena pengungkapan dapat mengurangi asimetri informasi dan ketidakpastian mengenai prospek perusahaan dimasa mendatang dan bertujuan

memberikan keyakinan pada kreditor bahwa perusahaan tidak melanggar *covenants* (perjanjian) yang ada.

Penelitian terdahulu Anita dan Mulyaning (2015) bahwa leverage berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic social reporting*. Oleh karena itu, penelitian ini menduga bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic social reporting*.

H_{2.b} : *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *islamic social reporting*.

Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Islamic social reporting* dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.

Hery (2017: 97) mendefinisikan ukuran perusahaan merupakan skala yang menunjukkan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Hery (2017: 98) menyatakan bahwa ukuran perusahaan melalui total aset cenderung lebih stabil daripada melalui penjualan. Hal ini disebabkan karena penjualan cenderung lebih berfluktuasi setiap tahun daripada total aset. Totok (2014: 203) menyatakan bahwa ukuran organisasi (perusahaan) mempengaruhi tingkat pengungkapan korporasi dalam laporan tahunan.

Totok (2014: 204) menyatakan organisasi yang lebih besar rentan terhadap pengawasan oleh berbagai kelompok dalam masyarakat sehingga menghadapi tekanan lebih besar untuk mengungkapkan kegiatan sosial mereka agar bertanggung jawab secara sosial dan hukum. Hery (2017: 98) menyatakan perusahaan besar cenderung lebih menarik dan lebih diperhatikan oleh publik. Perusahaan besar melakukan pengungkapan yang lebih banyak daripada perusahaan kecil, yaitu perusahaan besar lebih diperhatikan oleh investor dan perusahaan tersebut memiliki kemampuan biaya yang lebih banyak untuk pengungkapan yang lebih luas, untuk mempertahankan citra dan reputasi yang baik, untuk membuat keputusan investasi yang lebih besar, serta untuk menjaga loyalitas pelanggan dan karyawan yang potensial.

Salah satu strategi yang dapat dilakukan manajemen laba ialah dengan cara memaksimalkan profit. Hery (2017: 192) mendefinisikan rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Kasmir (2017: 196) menyatakan bahwa dengan memperoleh profit yang maksimal seperti yang telah ditargetkan, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan pemilik, karyawan, meningkatkan mutu produk, melakukan investasi baru, serta perusahaan dapat meningkatkan ukuran perusahaan yang lebih

besar untuk diungkapkan di *Islamic social reporting*. Oleh karena itu, perusahaan tersebut akan terdorong untuk mengungkapkan informasi yang lebih rinci dalam laporan tahunan mereka dalam rangka mengurangi biaya politik dan menunjukkan kinerja keuangan kepada publik, sehingga dapat menarik perhatian investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Maka penelitian ini menduga bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan *Islamic social reporting* dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.

H_{3.a} : Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *islamic social reporting* dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.

Pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *Islamic social reporting* dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.

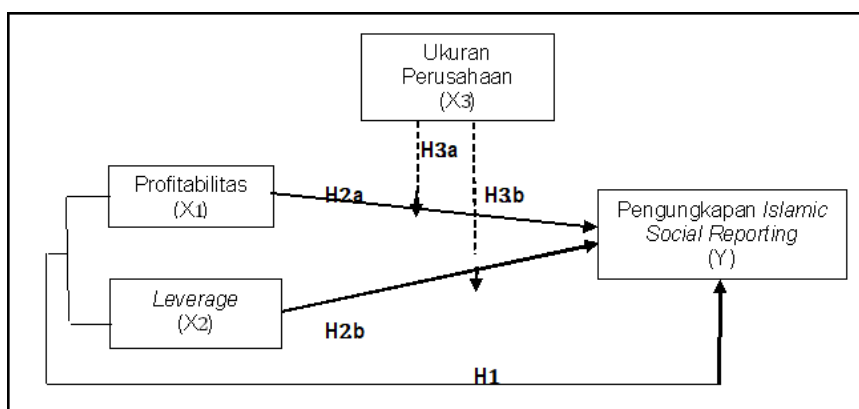
Hery (2017: 97) mendefinisikan ukuran perusahaan merupakan skala yang menunjukkan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Hery (2017: 98) menyatakan bahwa ukuran perusahaan melalui total aset cenderung lebih stabil daripada melalui penjualan. Hal ini disebabkan karena penjualan cenderung lebih berfluktuasi setiap tahun daripada total aset. Totok (2014: 203) menyatakan bahwa ukuran organisasi (perusahaan) mempengaruhi tingkat pengungkapan korporasi dalam laporan tahunan. Totok (2014: 204) menyatakan organisasi yang lebih besar rentan terhadap pengawasan oleh berbagai kelompok dalam masyarakat sehingga menghadapi tekanan lebih besar untuk mengungkapkan kegiatan sosial mereka agar bertanggung jawab secara sosial dan hukum. Hery (2017: 98) menyatakan perusahaan besar cenderung lebih menarik dan lebih diperhatikan oleh publik. Perusahaan besar melakukan pengungkapan yang lebih banyak daripada perusahaan kecil, yaitu perusahaan besar lebih diperhatikan oleh investor dan perusahaan tersebut memiliki kemampuan biaya

yang lebih banyak untuk pengungkapan yang lebih luas, untuk mempertahankan citra dan reputasi yang baik, untuk membuat keputusan investasi yang lebih besar, serta untuk menjaga loyalitas pelanggan dan karyawan yang potensial.

Perusahaan besar memiliki manajemen yang lebih efektif untuk meningkatkan profitabilitas yang tinggi untuk menutupi kekurangan akan kebutuhan dana. Manajemen yang tidak efektif akan menghasilkan profitabilitas yang rendah sehingga untuk menutupi kekurangan akan dana, perusahaan memiliki beberapa pilihan sumber dana yang dapat digunakan. Salah satu sumber dana yang dapat diperoleh perusahaan ialah dari modal sendiri (*leverage*). Kasmir (2017: 151) mendefinisikan rasio solvabilitas atau *leverage ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang.

Hery (2017: 164) menyatakan hasil perhitungan rasio *leverage* diperlukan sebagai dasar pertimbangan dalam memutuskan antara penggunaan dana dari pinjaman atau penggunaan dana dari modal sebagai alternatif sumber pembiayaan aset perusahaan. Perusahaan mengindikasikan bahwa dengan rasio *leverage* yang tinggi semakin besar perusahaan. Semakin besar perusahaan, maka semakin luas informasi yang diungkapkan pada *islamic social reporting* yang dapat diperoleh oleh pihak-pihak seperti pemegang saham, kreditor, investor dan pengguna informasi lainnya dapat melihat hal tersebut sebagai jaminan *going concern* perusahaan dan agar pihak-pihak tersebut dapat memperoleh keyakinan atas terjaminnya hak mereka. Oleh karena itu, penelitian ini menduga bahwa *leverage* mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan *Islamic social reporting* dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.

H_{3.b} : *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *islamic social reporting* dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.



Gambar 1 Model Penelitian

- H1 : Secara bersama variabel Profitabilitas dan Leverage berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Sosial Reporting*
- H2.a : Adanya pengaruh variabel Profitabilitas terhadap pengungkapan *Islamic Sosial Reporting*
- H2.b : Adanya pengaruh variabel *Leverage* terhadap pengungkapan *Islamic Sosial Reporting*
- H3.a : Ukuran Perusahaan merupakan variabel Moderating yang memberikan pengaruh kuat antara profitabilitas terhadap pengungkapan *islamic Sosial reporting*
- H3.b : Ukuran Perusahaan merupakan variabel Moderating yang memberikan pengaruh kuat antara leverage terhadap pengungkapan *islamic Sosial reporting*

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini termasuk penelitian asosiatif. Lokasi penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index dan tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data sekunder terdaftar di BEI, yaitu berupa laporan keuangan tahunan pada tahun 2013-2017. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari BEI melalui website www.idx.co.id. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dokumentasi, berupa pengumpulan data dari studi pustaka dan laporan keuangan yang telah diaudit. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari profitabilitas dan *leverage* (variabel dependen), *islamic social reporting* (variabel independen), ukuran perusahaan (variabel moderasi).

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan tercatat di *Jakarta Islamic Index* (JII) 2013-2017 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang terdiri atas 30 perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Kriteria yang digunakan untuk memilih sampel adalah sebagai berikut: 1) Perusahaan yang termasuk dalam daftar *Jakarta Islamic Index* (JII) dan tercatat di Bursa Efek Indonesia periode Desember 2017. 2) Perusahaan yang terdaftar dalam *Jakarta Islamic Index* (JII) dan konsisten masuk selama periode penelitian yakni tahun 2013-2017. 3) Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan pada tahun tertentu sepanjang periode penelitian tahun 2013-2017 yang dimuat dalam *website* perusahaan atau di Bursa Efek Indonesia (BEI). 4) Perusahaan yang mengalami laba selama periode selama periode penelitian yakni tahun 2013-2017.

Dalam penelitian ini analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif dan kualitatif, karena analisis yang dilakukan menggunakan program SPSS sebagai alat untuk menguji data yang ada berupa laporan keuangan dan kemudian hasil pengujian tersebut akan dijelaskan dengan menggunakan kalimat-kalimat. Dengan kata lain, analisis kuantitatif terlebih dahulu digunakan kemudian dilanjutkan dengan analisis kualitatif. Teknis analisis yang digunakan dalam penelitian meliputi Statistik deskriptif yang mencoba mencari karakteristik masing-masing variabel, serta untuk pengujian pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan *moderated regression analysis* dengan persamaan sebagai berikut:

$$\text{Persamaan I} = Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$\text{Persamaan II} = Y = a + b_1X_1 + b_1X_3 + b_1X_1X_3$$

$$\text{Persamaan III} = Y = a + b_2X_2 + b_2X_3 + b_2X_2X_3$$

Keterangan:

Y = *Islamic Social Reporting*

X₁ = Profitabilitas

X₂ = *Leverage*

X₃ = Ukuran Perusahaan

X₁X₃ = Interaksi antara Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan

X₂X₃ = Interaksi antara *Leverage* dan Ukuran Perusahaan

a = Nilai Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien regresi variabel X

HASIL PENELITIAN

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil analisis uji normalitas dengan metode grafik yaitu melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik normal P-P *Plot of Regression Standardized Residual*. Terdapat penyebaran titik-titik di sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas, *leverage* dan *islamic social reporting* tersebut terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Berdasarkan uji multikolinieritas dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* profitabilitas dan *leverage* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF profitabilitas dan *leverage* lebih kecil dari 10,00 maka disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedasitas

Berdasarkan hasil analisis heteroskedastisitas pada grafik *scatterplot* antara *regression standardized predicted value* dengan *regression studentized residual*, ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara *regression standardized predicted value* dengan *regression studentized residual*. Dari hasil analisis grafik diatas tidak ada pola yang jelas seperti titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat disimpulkan tidak terjadinya heteroskedastisitas.

Uji Autokolerasi

Berdasarkan uji autokolerasi untuk mengetahui apakah data yang digunakan terdapat korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya (t-1) atau tidak,

Uji Simultan (Uji F)

Tabel.1
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.074	3	.025	3.177	.033 ^a
Residual	.359	46	.008		
Total	.434	49			

Berdasarkan tabel uji F hasil pengujian hipotesis secara bersama diketahui Fhitung untuk variabel independen sebesar 3,177 sedangkan Ftabel dengan $\alpha = 0,1$ (10%) serta $df = n-k-1$, jadi taraf nyata $df = 50-2-1 = 47$, sehingga Ftabel sebesar 2,81. Nilai Fhitung $3,177 > Ftabel 2,81$ maka hipotesis H_{01} ditolak, dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas dan

dengan menggunakan analisis Durbin-Watson. Dengan ketentuan apabila $dU < DW < 4-dU$. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai $dU=1,6283$ dan $dL = 1,4625$ sementara nilai $DW=1,419$ maka $1,6283 > 1,419 < 2,371$ ($4-1,6283$), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada keputusan atau ragu-ragu.

Pengujian Hipotesis

Uji Determinasi

Berdasarkan uji determinasi menunjukkan bahwa besarnya kontribusi variabel independen yang terdiri dari profitabilitas dan *leverage* dalam mempengaruhi variabel dependen yaitu *islamic social reporting* ditunjukkan oleh koefisien R² sebesar 0,60 atau 60%. Sementara sisanya yaitu 40% ($100\% - 60\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang tidak diteliti.

Leverage mempengaruhi secara bersama pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Berdasarkan kriteria pengujian H_{a1} diterima dan $F_{sig} 0,033 < 0,1$ sehingga profitabilitas dan *leverage* mempengaruhi positif dan signifikan secara bersama pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel.2
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.463	.050		-9.182	.000
Profitabilitas	-.064	.038	-.239	1.682	.099
Leverage	-.023	.094	-.035	-.245	.808

Pengaruh Profitabilitas (X1) Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (Y)

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa diketahui thitung untuk variabel profitabilitas (X1) sebesar 1,682, sedangkan nilai ttabel dengan taraf

nyata (α) sebesar 0,1 (10%) serta $df = n-2 = 48$ adalah sebesar 1,67722. Jadi dapat disimpulkan bahwa $H_{a2.a}$ diterima dan $H_{02.a}$ ditolak karena nilai thitung ($1,682 > ttabel (1,67722)$). Hal ini digambarkan dengan diterima $H_{a2.a}$ dan ditolaknya $H_{02.a}$ serta nilai

signifikansi X1 sebesar $0,099 < (\alpha) 0,10$ berarti terdapat pengaruh dan signifikan, maka kesimpulannya profitabilitas mempengaruhi dan signifikan secara parsial terhadap pengungkapan *islamic social reporting*.

Pengaruh Leverage (X2) Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (Y)

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa diketahui nilai thitung untuk variabel *leverage* (X2) sebesar $-0,245$, sedangkan nilai ttabel dengan taraf

nyata (α) sebesar $0,1$ (10%) serta $db = n-2 = 48$ adalah sebesar $1,67722$. Jadi dapat disimpulkan bahwa H02.b diterima dan Ha2.a ditolak karena, nilai thitung $(-0,245) < ttabel (1,67722)$. Hal ini digambarkan dengan diterima H02.b dan ditolaknya Ha2.a serta nilai signifikansi (X2) sebesar $0,808 > (\alpha) 0,10$ berarti tidak terdapat pengaruh dan signifikan secara parsial terhadap pengungkapan *islamic social reporting* (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* tidak mempengaruhi dan tidak signifikan terhadap pengungkapan *islamic social reporting*.

Moderated Regression Analysis (MRA)

Pengaruh Profitabilitas (X1) Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (Y) yang Dimoderasi Ukuran Perusahaan (X3).

Tabel. 3
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,457	,045		-10,260	,000
	Profitabilitas	-,065	,037	-,243	-1,737	,089
2	(Constant)	-,524	,052		-10,016	,000
	Profitabilitas	-,044	,037	-,165	-1,187	,241
	Ukuran Perusahaan	,056	,025	,311	2,235	,030
3	(Constant)	-,382	,089		-4,295	,000
	Profitabilitas	,134	,098	,501	1,369	,178
	Ukuran Perusahaan	-,067	,067	-,376	-1,000	,322
	X1*Z (M1)	-,137	,070	-1,101	-1,958	,056

Hasil Uji pada analisa 1 menunjukkan taraf signifikan $0,030$, yang berarti $t_{sig} >$ taraf nyata (α) ($0,030 < 0,10$) maka analisa 1 terjadi signifikansi. Uji hipotesis pada analisa 2 menunjukkan taraf signifikan = $0,056$ yang berarti $t_{sig} >$ taraf nyata (α) ($0,054 < 0,10$) maka analisa kedua terjadi signifikansi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada analisis 1

memiliki hubungan yang signifikan dan tabel analisa 2 memiliki hubungan yang signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa ditolaknya H_{a3.a} dan diterimanya H_{03.a} yaitu profitabilitas terhadap pengungkapan *islamic social reporting* yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan sebagai moderasi murni (*Pure Moderator*).

Pengaruh leverage terhadap pengungkapan islamic social reporting yang dimoderasi ukuran perusahaan.

Tabel. 4
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,395	,031		-12,758	,000
	Leverage	-,041	,095	-,062	-,429	,670
2	(Constant)	-,480	,042		-11,471	,000
	Leverage	,120	,106	,182	1,139	,261

	Ukuran Perusahaan (Constant)	,081	,029	,451	2,815	,007
	Leverage	-,400	,298	-,607	-1,340	,187
3	Ukuran Perusahaan	,171	,056	,953	3,054	,004
	X2*Z (M2)	,374	,201	1,167	1,858	,070

Hasil Uji pada analisa 1 menunjukkan taraf signifikan 0,007, yang berarti $t_{sig} >$ taraf nyata (α) ($0,007 < 0,10$) maka analisa 1 terjadi signifikansi. Uji hipotesis pada analisa 2 menunjukkan taraf signifikan = 0,056 yang berarti $t_{sig} >$ taraf nyata (α) ($0,070 < 0,10$) maka analisa kedua terjadi signifikansi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada analisis 1 memiliki hubungan yang signifikan dan tabel analisa 2 memiliki hubungan yang signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa ditolakanya $H_{a3.a}$ dan diterimanya $H_{03.a}$ yaitu *leverage* terhadap pengungkapan *islamic social reporting* yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan sebagai moderasi murni (*Pure Moderator*).

KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan, landasan teori, hipotesis, hasil pengujian, analisis data dan pembahasan, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan yaitu, profitabilitas dan *leverage* secara bersama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *islamic social reporting*, profitabilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *islamic social reporting*. Sementara *leverage* secara parsial tidak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan *islamic social reporting*, ukuran perusahaan dapat memoderasi dengan memperkuat hubungan antara profitabilitas terhadap pengungkapan *islamic social reporting* sebagai moderasi murni (*Pure Moderator*), dan ukuran perusahaan dapat memoderasi hubungan *leverage* terhadap pengungkapan *islamic social reporting* sebagai moderasi murni (*Pure Moderator*).

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Sanusi. (2011). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Aji Dedi. (2009). *Akuntansi Syariah Teori, Konsep dan Laporan Keuangan*. Jakarta: E-Publishing.
- Anita dan Mulyaning. (2015). Faktor Financial – Non Financial dan Tingkat Pengungkapan Islamic Social Reporting . *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*. 2(2). Diakses 02 Mei 2018, dari <http://jurnal.sebi.ac.id/index.php/jaki/article/view/52>.
- Danang Sunyoto. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Darsono, dkk. (2017). *Perbankan Syariah di Indonesia Kelembagaan dan Kebijakan serta Tantangan ke Depan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fajrul dan Meuthia. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responibility pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index tahun 2012 - 2015 dengan Menggunakan Islamic Social Reporting Index sebagai Tolok Ukur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi* 1(2): 177-189. Diakses 31 Maret 2018, dari <http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKA/article/view/1066>.
- Haniffa, Ros. (2002). Social Reporting Disclosure: an Islamic Prespective. *On Indonesian Management and Accounting Research* 1(2): 128-146. Diakses 20 April 2018, dari [https://www.4shared.com/office/83rfrGZUba/Social Reporting Disclosure An.html](https://www.4shared.com/office/83rfrGZUba/Social%20Reporting%20Disclosure%20An.html).
- Hery. (2017). *Analisis Laporan Keuangan* (Cetakan Kedua). Jakarta: Grasindo.
- Hery. (2017). *Kajian Riset Akuntansi Mengulas Berbagai Hasil Penelitian Terkini dalam Bidang Akuntansi dan Keuangan*. Jakarta: Grasindo.
- International Shari'ah Research Academy for Islamic Finance. (2015). *Sistem Keuangan Islam: Prinsip dan Operasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan* (Edisi Satu, Cetakan Kesepuluh). Jakarta: Rajawali Pers.
- Lukman Hakim. (2012). *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta: Erlangga.
- Mathius Tandiontong. (2016). *Kualitas Audit dan Pengukurannya*. Bandung: Alfabeta.
- Misbahuddin dan Iqbal Hasan. (2013). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Othman, Rohana, et al. (2009). Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shariah-Approved Companies in Bursa Malaysia. *On Research Journal of International Studies-Issue*. 12: 1-20. Diakses 4 April 2018, dari [https://www.4shared.com/office/XidO2GAr/Determinants of Islamic Social.html](https://www.4shared.com/office/XidO2GAr/Determinants%20of%20Islamic%20Social.html).
- Rolia Wahasusmiah. (2015). Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Secara Syariah Terhadap Kinerja Keuangan dan Kinerja Lingkungan. *Call for Papers Seminar Nasional dan Hasil-Hasil Penelitian*. ISBN 979-587-563-9. Diakses 4 April 2018, dari <http://eprints.binadarma.ac.id/2590/>.
- Romie Priyastama. (2017). *SPSS Pengolahan Data & Analisis Data*. Yogyakarta: Start Up.
- Sofyan Syafri Harahap. (2015). *Teori Akuntansi* (Edisi Revisi, Cetakan 14). Jakarta: Rajawali Pers.
- Sri & Wasilah. (2016). *Akuntansi Syariah di Indonesia* (Cetakan Kedua). Jakarta: Salemba Empat.
- Totok Mardikanto. (2014). *Corporate Social Responsibility*. Bandung: Alfabeta.
- Triyono dan Jogiyanto. (2000). Hubungan Kandungan Informasi Arus Kas, Komponen Arus Kas dan Laba Akuntansi dengan Harga Saham atau Return Saham. *Yogyakarta Jurnal Riset Akuntansi Indonesia* 3(1): 54-68. Diakses 11 April 2018, dari <http://ijar-iaikapd.or.id/index.php/ijar/article/view/37>.
- Wiratna Sujarweni. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Cetakan Pertama). Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Wiratna Sujarweni. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Widarto. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting. *Naskah Publikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Diakses 9 April 2018, dari <http://eprints.ums.ac.id/51846/>.
- Yasir Yusuf. (2017). *Islamic Corporate Social Responsibility pada Lembaga Keuangan Syariah*. Depok: Kencana.