

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan teori**

##### **1. Teori stakeholders**

Menurut penelitian Freeman, (1984), stakeholders merupakan salah satu perubahan yang terjadi baik pada eksternal maupun internal perusahaan yang dilakukan oleh sekelompok ataupun individu yang dipengaruhi oleh tujuan organisasi (Sabrina dkk., 2021). Teori stakeholders beranggapan bahwa keberadaan suatu perusahaan yang telah di tentukan dengan adanya stakeholders sehingga dalam satu keputusan yang digunakan oleh teori stakeholders terkait dengan aktivitas perusahaan sangat mempertimbangkan, hal ini karena semakin kuat teori stakeholders maka perusahaan juga bisa semakin menyesuaikan dengan para stakeholdersnya (Murdiansyah, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Rimayanti, dan Jubaedah, (2017), menyatakan bahwa perusahaan bukanlah suatu entitas yang hanya beraktivitas untuk melakukan kepentingan-nya sendiri tetapi juga bisa bermanfaat untuk para stakeholdersnya (pemegang saham, kreditur, konsumen, supplier, pemerintahan dan masyarakat serta pihak lainnya). Salah satu cara perusahaan untuk bisa menjaga hubugannya dengan teori stakeholders yaitu dengan melakukan suatu pengungkapan informasi sosial dan lingkungan (Herawati dkk., 2019).

Pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan dapat diharapkan mampu untuk memenuhi kebutuhan para stakeholders sehingga dapat saling

mempererat hubungan antar perusahaan dengan stakeholders untuk berkelanjutan perusahaanya (Murdiansyah, 2021). Teori ini mempunyai hubungan dengan faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial atau ISR perusahaan untuk mengungkapkan informasi kepada stakholders perusahaan (Irbah dkk, 2021). Dalam penelitian ini yang menggunakan teori stakeholders adalah ukuran prusahaan biasanya informasi yang disediakan untuk investor dalam pengambilan keputusan yang berhubungan dengan investasi dalam perusahaan tersebut semakain banyak. Dan tingkat pengungkapan perusahaan akan semakin meningkat seiring dengan semakin besarnya ukuran perusahaannya (Prasetyoningrum, 2018).

## 2. Teori legitimasi

Teori legminasi pertama kali dikemukakan oleh Kowlin, dan Preffer, (1975), yang mengatakan bahwa legmitimasi adalah sumber daya yang berusaha diperoleh perusahaan, tetapi tidak diakui oleh perusahaan pesaing. Tahun 2019 teori legitimasi dalam bentuk umum merupakan suatu teori yang dapat memberikan *support* ataupun motivasi kepada perusahaan dalam pengungkapan laporan berkelanjutan. Berdasarkan teori legitimasi perusahaan dapat beroperasi dengan izin masyarakat dimana izin tersebut tidak bersifat tetap sehingga perusahaan harus berhadaptasi dengan tuntutan dan keinginan masyarakat. Cara yang efektif yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dengan mengungkapan *sustability report* yang memaparkan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan, dalam prespektif teori legitimasi suatu perusahaan akan secara sukarela melaporkan aktivitasnya jika manajemen menggap bahwa hal ini yang diharapkan komunitas. peneliti yang dilakukan oleh Buana, dan Nuzula, (2017),

menyatakan bahwa teori legitimasi bertanggung jawab terhadap lingkungan, perusahaan sekaligus meyakinkan bahwa mereka berusaha untuk menyesuaikan dengan peraturan dan kebijakan, serta lingkungan setempat. *Leverage* dan *Islamic social reporting* berkaitan erat dengan teori legitimasi, karena dengan dilakukannya pengungkapan *Islamic social reporting*, profitabilitas dan *leverage* akan menambah kepercayaan kepada masyarakat.

### 3. Islamic Social Reporting (ISR)

*Islamic Social Reporting* (ISR) yaitu bentuk pengungkapan dari laporan pertanggung jawaban sosial perusahaan ditujukan kepada para pemangku kepentingan yang sesuai dengan prinsip syariah (Suryadi & Lestari, 2018). Indeks ini dikembangkan dengan dasar dari standar pelaporan berdasarkan AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution*) yang kemudian dikembangkan oleh masing-masing peneliti. Indeks ini merupakan perluasan dari standar pelaporan kinerja sosial yang meliputi harapan masyarakat yang tidak hanya mengenai peran perusahaan dalam perekonomian, tetapi juga dalam perspektif spiritual, dan menekankan pada keadilan sosial terkait mengenai lingkungan, hak minoritas, dan karyawan (Rimayanti & Jubaedah, 2017).

*Islamic Social Reporting* dalam perspektif syariah berkaitan dengan pemahaman tentang akuntabilitas, keadilan sosial dan kepemilikan sosial. *Islamic Social Reporting* dibutuhkan untuk menampilkan akuntabilitas kepada Allah SWT dan masyarakat serta meningkatkan transparansi aktivitas bisnis dengan cara memberikan informasi yang relevan termasuk memperhatikan kebutuhan spiritual investor muslim. Konsep akuntabilitas terkait dengan

prinsip pengungkapan penuh dalam rangka memenuhi kebutuhan publik atas segala aktivitas bisnis yang dijalankan sesuai dengan syariah dan akan dipertanggungjawabkan kepada Allah SWT.

Konsep keadilan sosial mencakup keadilan kepada pelanggan, karyawan serta seluruh anggota masyarakat dimana sebuah entitas beroperasi. Sedangkan pada konsep kepemilikan, adanya kepemilikan individu diakui dalam Islam, tetapi pada dasarnya segala sesuatu merupakan milik Allah SWT sehingga manusia sebagai pemilik bertanggungjawab untuk menggunakan segala sumber daya yang dimilikinya sesuai dengan perintah-Nya (Widiyanti & Hasanah, 2017).

ISR diukur menggunakan indeks yang dipakai, meliputi 6 indikator dengan total 46 item antara lain:

i. Produk dan jasa

indikator produk dan jasa ini berupa pengungkapan mengenai produk dan jasa yang masuk ke dalam kategori haram dalam syariah Islam. Kategori produk dan jasa yang diharamkan tersebut antara lain: babi, minuman keras, perjudian, transaksi senjata, tempat hiburan yang tidak sesuai syariah, dan lain-lain.

ii. Tenaga kerja

Indikator karyawan ini berupa tata kelola serta kebijakan perusahaan terkait dengan karyawan yang meliputi informasi terkait jam kerja, upah karyawan, sifat pekerjaan, cuti tahunan, kesehatan, kesejahteraan, serta kebijakan.waktu.ibadah.

### iii. Masyarakat

Tema masyarakat dalam pengungkapan ISR ini sangat berhubungan erat dengan konsep tanggung jawab sosial. Pada indikator masyarakat informasi yang diungkap berupa shadaqoh, wakaf, dan qard hasan (pinjaman tanpa bunga). Dalam indikator ini perusahaan harus mampu mengungkapkan seberapa jauh perannya dalam meningkatkan perekonomian serta perannya dalam mengatasi permasalahan sosial di masyarakat seperti beasiswa untuk pendidikan, layanan kesehatan, bantuan untuk kegiatan usaha, dan lain-lain di lingkungan sekitar perusahaan.

### iv. Investasi dan pendanaan

Indikator investasi dan pendanaan yaitu terkait dengan sumber dana yang digunakan dalam aktivitas investasi serta pembiayaan perusahaan yang bebas dari transaksi yang diharamkan oleh syariah Islam, terbebas dari unsur-unsur bunga (riba), spekulatif (gharar).

### v. Tata kelola perusahaan

Indikator tata kelola perusahaan ini terkait dengan adanya transaksi haram, seperti penimbunan barang, praktek monopoli, perjudian manipulasi pada harga, dan semua kegiatan yang dilarang dalam syariah Islam. Dalam konsep Islam *corporate governance* selalu dikaitkan dengan semua konsep yang diterapkan pada tata kelola bisnis.

#### vi. Lingkungan hidup Informasi

Indikator lingkungan hidup membahas terkait dengan prinsip kesederhanaan, keseimbangan serta tanggung jawab dari perusahaan untuk menjaga lingkungan sekitar. Perusahaan dilarang untuk melakukan kegiatan operasional yang dapat berakibat pada kerusakan lingkungan dan perusahaan harus melaporkan informasi terkait dengan penggunaan sumber daya serta upaya yang telah dilakukan perusahaan dalam menjaga lingkungan sekitar (Pratama dkk., 2018).

#### 4. Profitabilitas

Profitabilitas yaitu rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivitya secara produktif. Tujuan utama sebuah perusahaan yaitu mendapatkan laba hal tersebut dapat dilakukan dengan penjualan barang ataupun jasa. Semakin banyak penjualannya maka profit yang didapat suatu perusahaan juga semakin tinggi (Fadhila & Haryanti, 2020). Perusahaan yang berada pada posisi menguntungkan akan cenderung melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas dalam laporan tahunannya. Sebaliknya, jika profit perusahaan menurun maka manajer akan cenderung mengurangi informasi yang diungkapkan dengan tujuan untuk menyembunyikan alasan-alasan mengapa profit perusahaan mengalami penurunan (Prasetyoningrum, 2018).

Rasio profitabilitas dianggap sebagai salah satu alat yang paling valid untuk mengukur suatu hasil yang pelaksanaan sangat operasi dalam suatu perusahaan,

oleh karena itu rasio profitabilitas merupakan alat yang pembandingnya pada berbagai alternatif investasi yang sangat sesuai dengan tingkat suatu risiko. Semakin besar risiko dalam melakukan investasi, diharapkan profitabilitas yang diperoleh semakin tinggi pula. Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama dengan adanya laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan oleh beberapa periode operasi. Tujuannya adalah agar terlihat perkembangan posisi keuangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu, baik penurunan atau kenaikan, sekaligus sebagai evaluasi terhadap kinerja manajemen sehingga dapat diketahui penyebab dari perubahan kondisi keuangan perusahaan tersebut. Semakin lengkap jenis rasio yang digunakan, semakin sempurna hasil yang akan dicapai, sehingga posisi dan kondisi tingkat profitabilitas perusahaan dapat diketahui secara sempurna (Widyansari, 2017).

Ukuran dari rasio profitabilitas antara lain:

1. *Gross Profit Margin (GPM)*.

Rasio ini digunakan untuk mengukur persentase laba kotor dari setiap penjualan yang dilakukan oleh perusahaan.

2. *Net Profit Margin (NPM)*

Marjin laba bersih atas penjualan digunakan untuk mengukur persentase laba bersih dari setiap penjualan yang dilakukan oleh perusahaan.

## Return on Assets (ROA)

Return On Asset ini mengukur efisiensi dari penggunaan sumber daya (*asset*) untuk menghasilkan laba bersih bagi perusahaan. ROA menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dipergunakan.

## Return On Equity (ROE).

Rasio ini menunjukkan tingkat pengembalian yang diberikan oleh perusahaan untuk setiap rupiah modal dari pemilik, yang diperoleh dengan cara membagi laba bersih dengan total ekuitas. Dalam penelitian ini, indikator profitabilitas yang digunakan adalah *Return On Assets* (ROA). ROA adalah rasio untuk mengukur keuntungan bersih yang diperoleh dari aset perusahaan (Pakpahan & Rajagukguk, 2018).

## 5. Leverage

Penentuan struktur modal rasio *leverage* memiliki peranan penting iyalah dalam salah satu perusahaan. *Leverage* adalah suatu rasio yang dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar salah satu perusahaan dibiayai menggunakan utang menurut peneliti (Murdiansyah, 2021). *Leverage* muncul dengan adanya sebab perusahaan yang memakai salah satu assets dan sumber pendanaan yang memunculkan adanya pengeluaran tetap selama menjalankan proses usahanya. Kreditur dapat bertindak lebih aktif dalam memantau suatu manajemen yang disebabkan dalam suku bunga utang yang tinggi menurut peneliti (Lestari & Mochlasin, 2021).

Perusahaan harus mampu menyeimbangkan antara berapa besar suatu utang yang dapat diambil dengan mempertimbangkan dari mana sumber-sumber yang dapat digunakan untuk melunasinya, karena dengan adanya salah satu perusahaan yang mempunyai utang terlalu tinggi dapat menyebabkan suatu perusahaan yang masuk dalam *extreme leverage* yaitu sebuah perusahaan yang terjebak dalam suatu utang yang sangat tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut menurut peneliti (Murdiansyah, 2021).

## 6. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan ialah kecil besarnya perusahaan yang mampu diukur menggunakan total *asset* (Siddi dkk 2019). Semakin besar ukuran perusahaan, maka informasi yang tersedia untuk investor semakin banyak dimana hal tersebut dapat membantu dalam pengambilan keputusan, dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat. Selain itu, perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki public terhadap informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil (Yusuf & Shayida, 2020).

Perusahaan yang lebih besar mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan dalam laporan tahunan, yang merupakan media untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial keuangan perusahaan (Aini dkk., 2017). Pengukuran ukuran perusahaan dapat diukur dalam 3 cara, yaitu; total aktiva yang diambil dari neraca akhir tahun, penjualan bersih yang diambil dari laporan laba rugi akhir dan kapitalisasi pasar yang diambil dari harga saham akhir tahun dikali

dengan jumlah saham beredar. Nilai aktiva relatif lebih stabil dibandingkan menggunakan pengukuran penjualan bersih dan kapitalisasi pasar (Dewi & Muslih, 2018). Hasil Penelitian Terdahulu

## B. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**

**Tabel Penelitian Terdahulu**

**A. Hasil penelitian terdahulu dari variable Profitabilitas terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting***

No	Nama penelitian dan judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Nur Aini dkk (2017) Vol. 6, No. 1 ISSN :1979-4878 Pengaruh umur perusahaan, ukuran perusahaan, <i>leverage</i> likuiditas, profitabilitas dan kinerja lingkungan dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan <i>islamic social reporting</i> .	Variabel Independen: 1. Profitabilitas  Variabel Dependen: <i>islamic social reporting</i>	-Profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> (ISR)
2.	Nawang Kalbuana Dkk (2017) AKTSAR Volume 2 Nomor 2 ISSN 2622-5255 (online) Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> : Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan Kinerja Lingkungan	Variabel Independen: 1. Profitabilitas  Variabel Dependen: <i>islamic social reporting</i>	-Profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> (ISR)

No	Nama penelitian dan judul penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
3.	Novi Wulandari Widiyanti dan Nindya Tyas Hasanah (2017)  BISNIS, Vol. 5, No. 2, Analisis Determinan Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> (ISR)	Variabel Independen: 1. Profitabilitas  Variabel Dependen: <i>islamic social reporting</i>	-Profitabilitas berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan <i>islamic social reporting</i>
4.	A. Nur Abdi Pratama dkk (2017)  AL-MASHRAFIYAH Volume 2, Nomor 1  Determinan Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> Pada Perbankan Syariah Dengan Komisariss Independen Sebagai Variabel Moderating	Variabel Independen: 1. Profitabilitas  Variabel Dependen: <i>islamic social reporting</i>	-Profitabilitas berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan <i>islamic social reporting</i>
5.	M.Yusuf dan Nurul Shayida (2020) AKRUAL Vol. 2 No.1  Pengaruh Profitabilitas dan <i>Leverage</i> Terhadap Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Pemoderasi Papa Perusahaan Di JII	Variabel independen 1. Profitabilitas  Variabel dependen <i>Islamic Social Reporting</i>	-profitabilits berpengaruh positif terhadap <i>pengungkapan islamic social reporting</i>

## B. Leverage terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Isnan Murdiansyah(2021) Malia Vol. 5 No.1 Leverage, Ukuran Dewan Komisari Uukuran dan Dewan Penhgawas Syariah terhadap pengungkapan <i>islamic social reporting</i>	Variabel Independen: Leverage Variabel Dependen: <i>islamic social reporting</i>	<i>Leverage</i> berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan <i>Islamic Social Reporting (ISR)</i> .
2.	M.Yusuf dan Nurul Shayida (2020) Akrual Vol. 2 No. 1 Pengaruh Profitabilitas dan <i>Leverage</i> Terhadap Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i> Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Pemoderasi Pada Perusahaan Di JII	Variabel independen Leverage Variabel dependen <i>Islamic Social Reporting</i>	-Leverage positif berpengaruh terhadap pengungkapan <i>islamic social reporting</i>

3.	<p>A. Nur Abdi Pratama dkk (2017)AL.MASHRAFIYA H Volume 2, Nomor 1</p> <p>Determinan Pengungkapan Islamic Social Reporting Pada Perbankan Syariah Dengan Komisaris Independen Sebagai Variabel Moderating</p>	<p>Variabel Independen: leverage</p> <p>Variabel Dependen: islamic social reporting</p>	<p>-Leverage berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan islamic social reporting</p>
4.	<p>Nawang Kalbuana Dkk (2017) Aktsar Volume 2 Nomor 2 ISSN 2622-5255</p> <p>PengungkapanIslamic Social Reporting: Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Kinerja Lingkungan</p>	<p>Variabel Independen: Leverage</p> <p>Variabel Dependen: islamic social reporting</p>	<p>-leverage berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR)</p>
5.	<p>Nur Aini dkk (2017)Vol. 6, No. 1 ISSN :1979-4878</p> <p>Pengaruh umur perusahaan, ukuran perusahaan, leverage likuiditas, profitabilitas dan kinerja lingkungan dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan islamic social reporting.</p>	<p>Variabel Independen: 1. Leverage Variabel Dependen: islamic social reporting</p>	<p>Leverage berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR).</p>

### C. Ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *islamic social reporting*

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Nia Nurmala (2022) Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Pengaruh profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan <i>korporat social respoibility</i> dengan pendekatan <i>islamic social reporting</i> pada bank umum syariah tahun 2016-2020	Variabel Independen: Ukuran Perusahaan.  Variabel Dependen: <i>korporat social respoibility</i> dengan pendekatan <i>islamic social reporting</i>	- Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> dengan pendekatan <i>islamic social reporting</i>
2.	Qori Musyarofah Pengaruh Profitabilitas Ukuran Perusahaan Dan Tipe Induseri Terhadap Tingkat Pegungkapan	-Variabel independen 1. <i>Ukuran perusahaan</i>	-variabel ukuran perusahaan Berpengaruh negatif terhadap tingkat <i>pengungkapan islamic</i>

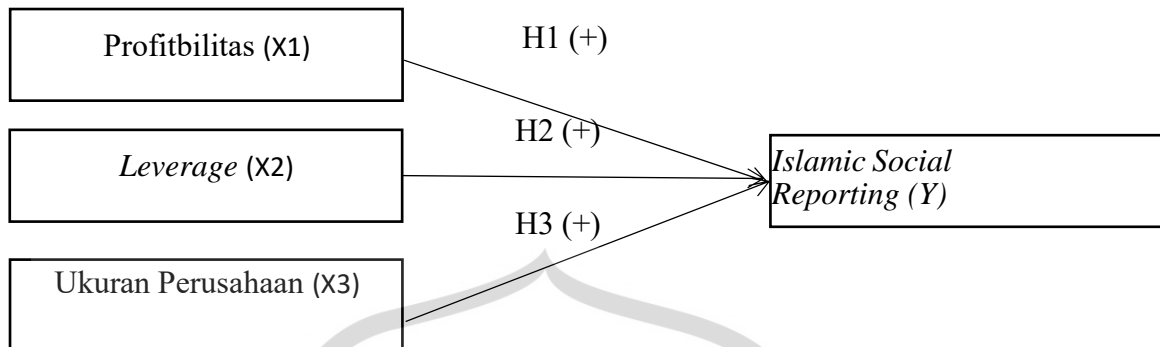
	<i>Islamic Social Reporting</i>	-Variabel dependen Terhadap tingkat pengungkapan <i>islamic social reporting</i>	<i>social reporting</i>
3.	Qori Musyarofah Pengaruh ukuran perusahaan likuiditas leverage profitabilitas dan efisiensi biaya perusahaan terhadap pengungkapan islamic social reporting	Variabel independen 1. Ukuran perusahaan Variabel dependen Terhadap pengungkapan <i>islamic social reporting</i>	-Variabel ukuran perusahaan Berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>islamic social reporting</i>
4.	Rizky Oktafiyani Fauziah Pengaruh umur perusahaan ukuran perusahaan leverage likuiditas dan profitabilitas terhadap islamic social reporting	<i>Variabel independen</i> 1. <i>Ukuran perusahaan</i>  <i>Variabel dependen</i> Terhadap pengungkapan <i>islamic social reporting</i>	-variabel ukuran perusahaan Berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>islamic social reporting</i>
5.	Meliana dkk 2022 Universitas Khairun Ternate Vol 9, No 2 Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage dan likuiditas terhadap pengungkapan islamic social reporting (ISR) Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia (2017-2021)	Variabel Independen: 1. Ukuran Perusahaan.  Variabel Dependen: <i>Pengungkapan islamic social reporting</i>	-ukuran perusahaan Berpengaruh positif terhadap pengungkapan <i>islamic social reporting</i>

### C. Kerangka pemikiran

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan melakukan hipotesis. Pengujian ini memberikan pemahaman lebih lanjut mengenai hubungan antara variabel-variabel yang digunakan. Didalam penelitian ini digunakan variabel independent yaitu profitabilitas, Leverage, dan Ukuran perusahaan. Sedangkan

variable dependen dalam penelitian ini adalah *Islamic Social Reporting*.

**Tabel 2.4 kerangka pemikiran**



#### D. Pengembangan Hipotesis

##### 1. Pengaruh profitabilitas terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR)

Penelitian yang dilakukan oleh Ruroh & Latifah (2018), menerangkan bahwa profitabilitas memberikan pengaruh atas ISR. Perusahaan yang mampu menghasilkan keuntungan besar cenderung melakukan pengungkapan informasi yang lebih di laporan tahunan mereka hal ini disebabkan ISR dinilai sebagai cara yang efektif dalam jangka panjang untuk meraih hal yang baik atau positif bagi perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Widiyanti dan Hasanah, 2017) mengatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). *Theory Legimacy* menyatakan ketika perusahaan mampu menghasilkan profit yang banyak maka perusahaan harus lebih mengungkapkan ISR untuk menunjukkan kinerja perusahaan sehingga perusahaan dapat disambut baik dan dapat diterima oleh masyarakat (Zulhaimi & Nuraprianti, 2019). Berdasarkan penjabaran di atas sehingga bisa dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

**H1: profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR)**

## 2. Pengaruh leverage terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR)

Teori legitimasi merupakan salah satu teori yang mengungkapkan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi kegiatan sosialnya. *Leverage* diharapkan mampu mendukung nilai legitimasi, di mana perusahaan menciptakan gambaran yang positif di mata pihak-pihak terkait sehingga kegiatan ataupun kinerja perusahaan dapat diterima oleh pihak tersebut.

*Leverage* dapat dimanfaatkan sebagai tolak ukur aktivitas suatu perusahaan yang dibiayai dengan hutang. Artinya seberapa tinggi hutang perusahaan membuktikan komposisi hutang kian membesar yang akan berbanding dengan modal sendiri. Harapan dari biaya hutang tersebut agar dapat dikelola dan dikembangkan dengan bijak sehingga kedepannya berdampak baik pada arus dalam jumlah yang lebih dari pada jumlah biaya yang sudah dilepaskan sebelumnya. Kemudian dana tersebut dapat dialokasikan pada pertanggung jawaban sosial yang lebih luas, diharapkan adanya pengungkapan informasi tersebut dapat meminimalisir ketidakpastian atau menghilangkan keraguan serta menimbulkan kepercayaan kepada investor maupun kreditor. Sehingga ada respon timbal balik yang baik dari investor, masyarakat dan lingkungan sekitar yang mampu membangun reputasi perusahaan, karena dianggap tidak sekedar mementingkan perusahaan sendiri melainkan juga memperhatikan kesejahteraan public (Maulina & Iqramuddin, 2019).

Hal ini dikuatkan dengan penelitiann Rimayanti & Jubaedah (2017). Yang menyatakan *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap ISR. Sedangkan menurut penelitian Sulistyawati dan Yuliani, 2017) menyatakan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR).

**H2: leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap ISR.**

### 3. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap Islamic Social Reporting (ISR)

Ukuran Perusahaan dapat diukur dengan menggunakan jumlah karyawan, nilai total aset, dan volume penjualan, namun ketiga *proxy* tersebut sangat berkorelasi tinggi antara satu dengan yang lainnya. Penelitian yang terkait ukuran perusahaan dengan ISR bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pengungkapan ISR. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aini dkk. (2017), Rimayanti & Jubaedah (2017) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat pengungkapan ISR. Penelitian yang dilakukan oleh Sulistyawati dan Yuliani, (2017) mengatakan bahwa ukursn perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, penulis menduga bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin banyak tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan di masyarakat luas. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholders*, yang menyatakan bahwa perusahaan yang besar akan memiliki kegiatan operasi lebih banyak dari pada perusahaan kecil. Oleh karena itu, perusahaan akan lebih memperhatikan masalah sosial yang terjadi di masyarakat karena secara langsung maupun tidak langsung perusahaan akan memberikan dampak baik maupun buruk kepada masyarakat. Berdasarkan penjabaran di atas sehingga

dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

**H3: ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ISR.**

