

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Rerangka Teoritis

1. Teori Legitimasi

Teori Legitimasi adalah teori yang melandasi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Teori Legitimasi dapat digunakan untuk menjelaskan keterkaitan antara struktur *good corporate governance*, dalam hal ini adalah dewan komisaris dan dewan pengawas syariah dengan pengungkapan CSR perbankan syariah. (Khoirudin, 2013). Penggunaan teori legitimasi dalam penelitian ini memiliki implikasi bahwa program CSR dilakukan perusahaan dengan harapan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat, maka perusahaan dapat terus bertahan dan berkembang di tengah-tengah masyarakat serta mendapatkan keuntungan pada masa datang. Teori legitimasi berguna bagi perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas serta kinerjanya bisa diterima oleh masyarakat.

Perusahaan menggunakan laporan tahunannya untuk menggambarkan akuntabilitas atau tanggung jawab manajemen terhadap perusahaan, sehingga perusahaan yang bersangkutan bisa diterima oleh masyarakat. Dengan adanya penerimaan dari masyarakat maka akan menambah nilai perusahaan (Amal, 2011). Ghozali dan

Chairi dalam Tamba (2011) menjelaskan bahwa teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi, karena teori legitimasi merupakan hal yang sangat penting bagi organisasi. Batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial serta reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan. Teori legitimasi dilandasi oleh kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan itu beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Legitimasi organisasi dapat dipandang sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat.

2. Perbankan Syariah

Perbankan syariah adalah sebuah sistem perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan hukum Islam. Pembentukan sistem tersebut berdasarkan adanya larangan dalam agama Islam untuk meminjamkan atau memungut pinjaman dengan menggunakan bunga (riba), serta larangan untuk berinvestasi pada usaha-usaha yang dikategorikan haram menurut Islam. Perkembangan bank syariah telah berada di Indonesia sejak berdirinya Bank Muamalah Indonesia (BMI) pada tahun 1992. Dalam prakteknya, bank syariah memberikan pelayanan kepada masyarakat yang ingin berada dalam syariat-syariat Islam. Dalam konsep perbankan syariah terdapat larangan riba dalam

setiap transaksi, larangan praktek spekulasi atau *gambling* dan *Gharar*, serta terdapat etika pembiayaan pada usaha-usaha yang halal sesuai dalam hukum syariah.

Salah satu peran sosial bank syariah adalah terdapat produk *qard-al hasan* (dana kebijakan), implementasi penerimaan dan penyaluran dana Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) serta prioritas pembiayaan bagi hasil (*Profit and Loss Sharing/ PLS*) dalam bentuk produk mudharabah dan musyarakah. Hal tersebut disebabkan karena urgensi pembiayaan PLS memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi di sektor riil, penyerapan tenaga kerja serta penekanan terhadap inflasi. Sehingga diperlukan komitmen untuk meningkatkan skim pembiayaan musyarakah dan mudharabah sebagai bentuk transaksi yang menggunakan prinsip bagi hasil (Masykuroh, 2012). Riyanti (2014) menjelaskan bahwa dengan melalui pembentukan dan pendirian bank syariah, tentu banyak tujuan dan manfaat yang ingin dicapai, terutama membangun perekonomian umat. Akan tetapi dengan mengacu pada pengalaman Al-Quran, tujuan utama dari mendirikan perbankan syariah adalah untuk menghindari riba dan unsur-unsur lain yang tidak termasuk dalam syariat islam serta untuk mencapai kemaslahatan pada bidang ekonomi bagi semua orang.

3. *Islamic Social Reporting (ISR)*

Menurut Haniffa (2002) Secara khusus *Islamic Social Reporting Index (ISR)* adalah perluasan dari *social reporting* yang

meliputi harapan masyarakat tidak hanya mengenai peran perusahaan dalam perekonomian, tetapi juga peran perusahaan dalam perspektif spiritual. Fitria dan Hartanti (2010) menyatakan bahwa indeks ISR berisi item-item standard CSR yang telah ditetapkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution*). Secara khusus indeks ISR merupakan perluasan dari *social reporting* yang meliputi harapan masyarakat tidak hanya menyangkut tentang perusahaan dalam perekonomian, tetapi juga peran perusahaan dalam perspektif spiritual. Pelaporan Sosial Keislaman/PSKI (*Islamic Social Reporting/ISR*) merupakan suatu indeks pengukuran yang digunakan untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan serta mengukur tingkat kesyariahan sebuah lembaga keuangan syariah (Riyanti, 2014).

Sejalan dengan semakin meningkatnya pelaksanaan CSR dalam konteks Islam, maka makin meningkat pula keinginan untuk membuat pelaporan sosial yang berbasis syariah (*Islamic Social Reporting*). Terdapat dua hal yang harus diungkapkan dalam perspektif Islam, yaitu pengungkapan penuh (*full disclosure*) dan akuntabilitas sosial (*social accountability*). Konsep akuntabilitas sosial terkait dengan prinsip pengungkapan penuh dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan publik akan suatu informasi. Dalam konteks Islam, masyarakat memiliki hak untuk mengetahui berbagai informasi meliputi aktivitas organisasi. Hal tersebut dilakukan untuk

melihat apakah perusahaan tetap melakukan aktivitasnya sesuai syariah dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Fitria dan Hartanti, 2010).

4. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Menurut Kotler dan Nancy (2005) *Corporate Social Responsibility (CSR)* didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan mengontribusikan sebagian sumber daya perusahaan. Sedangkan menurut Khoirudin (2013) *Corporate Social Responsibility (CSR)* secara umum didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk tidak hanya mencari keuntungan dari roda bisnisnya, tetapi juga menjaga keharmonisan dengan lingkungan sosial disekitar tempatnya berusaha, melalui upaya-upaya yang mengarah pada peningkatan kehidupan komunitas setempat di segala aspeknya. Fitri (2013) menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* pada intinya adalah suatu upaya tanggung jawab perusahaan atau organisasi secara berkelanjutan atas dampak yang ditimbulkan dari keputusan dan aktivitas yang telah diambil dan dilakukan oleh organisasi tersebut dimana dampak itu pastinya akan dirasakan dan berpengaruh kepada pihak-pihak yang terkait terutama masyarakat dan lingkungan. Perusahaan akan terdorong untuk melakukan praktik dan pengungkapan CSR karena memperoleh beberapa manfaat seperti peningkatan penjualan dan *marketshare*, memperkuat *brand*

positioning, meningkatkan citra perusahaan, menurunkan biaya operasi, serta meningkatkan daya tarik perusahaan di mata investor dan analis keuangan.

Kamil dan Herusetya (2012), salah satu tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah untuk menciptakan standar kehidupan yang lebih tinggi, dengan cara mempertahankan kesinambungan laba usaha untuk pihak pemangku kepentingan sebagaimana yang diungkapkan dalam laporan keuangan entitas. Laporan keuangan menjadi perangkat untuk melaporkan kegiatan entitas dan menjadi informasi yang menghubungkan perusahaan dengan para investor karena mengandung pengungkapan-pengungkapan, baik yang bersifat wajib (*mandatory disclosure*) maupun sukarela (*voluntary disclosure*). Pengaturan CSR juga berfungsi untuk mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna kualitas kehidupan dan lingkungannya. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development*, CSR adalah komitmen untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, komunitas setempat dan masyarakat untuk meningkatkan kualitas kehidupan. Hal tersebut selaras dengan *legitimacy theory* yang menyatakan setiap perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat berdasarkan nilai-nilai keadilan dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok untuk melegitimasi tindakan perusahaan. Jika terjadi

ketidaksamaan sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat maka perusahaan akan kehilangan kelegitimasinya sehingga dapat mengancam kelangsungan hidup perusahaan. Sehingga pengungkapan informasi CSR merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis (Rustiarini, 2011).

5. Komite Audit

Berdasarkan keputusan Ketua Bapepam dan LK Nomor: Kep-29/PM/2004 pada tanggal 24 September 2004 komite audit adalah komite yang dibentuk oleh dewan komisaris dan bertanggung jawab kepada dewan komisaris dalam rangka membantu tugas dan fungsi dewan komisaris itu sendiri. Pengangkatan serta peberhentian komite audit dilakukan oleh dewan komisaris dan dilaporkan kepada Rapat Umum Pemegang Saham. Komite audit harus terdiri dari sekurang-kurangnya satu orang komisaris Independen dan sekurang-kurangnya dua orang anggota lainnya yang berasal dari luar emitmen atau perusahaan publik.

Sedangkan menurut Maksim (2005) menyatakan pengertian komite audit adalah salah satu komite yang dibentuk oleh dewan komisaris dan bertanggung jawab kepada dewan komisaris dengan tugas dan tanggung jawab utama untuk memastikan prinsip-prinsip *good corporate governance* terutama transparansi dan *disclosure* diterapkan secara konsisten dan memadai oleh para eksekutif. Komite

audit termasuk salah satu komite yang memiliki fungsi penting dalam *corporate governance*. Komite audit memiliki fungsi untuk menelaah kebijakan akuntansi yang diterapkan perusahaan, menilai pengendalian internal, menelaah sistem pelaporan untuk pihak eksternal, serta kepatuhan terhadap peraturan Widiyanto (2011).

6. Dewan Komisaris Independen

Menurut Purwati (2006) dewan komisaris independen adalah puncak dari sistem pengendalian pada perusahaan pesat atau perusahaan besar, yang memiliki peran ganda yaitu peran untuk memonitor dan sebagai pengesahan (*ratification*). Berdasarkan Pasal 1 angka 4, angka 5 dan angka 6 UUPT Nomor 40 Tahun 2007, Dewan komisaris adalah organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan atau secara khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada direksi. Sedangkan menurut Mulyadi (2002) dalam Purwaka (2014), Dewan Komisaris merupakan wakil *stakeholder* dalam entitas bisnis yang berbadan hukum Perseroan Terbatas (PT) yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan.

Dengan wewenang yang dimiliki, maka semakin besar ukuran Dewan Komisaris Independen yang dimiliki sebuah

perusahaan, maka Dewan Komisaris dapat menekan manajemen untuk mengungkapkan informasi yang lebih banyak serta dapat mencegah informasi yang kemungkinan disembunyikan oleh manajemen.

7. Dewan Pengawas Syariah

Untuk memastikan bahwa kinerja sebuah lembaga keuangan syariah telah memenuhi prinsip-prinsip syariah, maka perbankan syariah harus memiliki institusi internal independen yang secara khusus memiliki peran dalam melakukan pengawasan terhadap kepatuhan syariah. Institusi internal tersebut adalah Dewan Pengawas Syariah (DPS). Hal itu sesuai dengan Undang-Undang No.10 Tahun 1998 tentang perbankan yang menyatakan bahwa dalam suatu perbankan islam harus dibentuk DPS. Begitu juga dalam Undang-Undang tentang Perbankan Syariah dinyatakan bahwa DPS wajib dibentuk di dalam Bank Syariah dan Bank Konvensional yang mempunyai unit usaha syariah (Riyanti, 2014).

Chairi (2012) Dewan Pengawas Syariah adalah dewan yang bertugas mengawasi operasional bank dari sudut syariahnya. Tugas pokok dari DPS adalah dalam hal *sharia compliant*. Jadi tidak dapat dipungkiri bahwa kompetensi yang dibutuhkan bagi DPS adalah keahlian dalam hal hukum Islam. Namun juga perlu disadari pula bahwa keahlian dalam bidang keuangan perbankan juga diperlukan bagi DPS. Dewan pengawas syariah mempunyai peran dalam pengungkapan ISR perbankan syariah, karena DPS mempunyai

wewenang mengawasi kepatuhan perusahaan terhadap prinsip syariah, antara lain mengawasi kegiatan menyalurkan dana zakat, infak, sedekah yang bisa diakui sebagai bentuk ISR perusahaan (Khoirudin, 2013).

8. Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan Manajerial adalah kepemilikan saham oleh manajemen perusahaan yang diukur dengan presentase jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen (Lestari, 2013). Amal (2011) menjelaskan bahwa kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham perusahaan oleh manajemen, apabila didalam sebuah perusahaan ada kepemilikan manajerial, maka dapat diprediksikan perusahaan akan lebih banyak memberikan informasi kepada publik agar perusahaan mendapatkan legitimasi dari publik. Jika pimpinan tim manajemen ada yang berperan sebagai pemegang saham maka diprediksikan akan memiliki kesadaran yang cukup untuk melakukan tanggung jawab sosialnya, dan melaporkan tanggung jawab itu dalam bentuk laporan tahunan. Pendapat lain mengatakan bahwa kepemilikan manajerial merupakan kondisi bahwa manajer memiliki saham dalam perusahaan atau manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan.

Hal tersebut ditunjukkan dengan besarnya presentase kepemilikan saham oleh pihak manajemen perusahaan. Manajer yang mempunyai saham perusahaan tentu akan menselaraskan

kepentingannya sebagai manajer dengan kepentingannya sebagai pemegang saham. Semakin besar kepemilikan manajerial didalam perusahaan maka semakin produktif pula tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai-nilai perusahaan (Rustiarini, 2011).

9. *Leverage*

Menurut Sofyan dalam adawiyah (2013), rasio *leverage* menggambarkan kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka panjangnya atau kewajiban-kewajiban apabila perusahaan dilikuidasi. *Leverage* memiliki arti penting dalam perusahaan, karena dapat diketahui dampak leverage terhadap profitabilitas. Semakin tinggi tingkat *leverage* maka besar kemungkinan dilanggarnya perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha melaporkan laba yang lebih tinggi dengan cara mengurangi biaya-biaya termasuk pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Tarjo (2008) berpendapat bahwa rasio *leverage* menggambarkan sumber dan operasi yang digunakan oleh perusahaan. Menurut Hari Widiyanto (2011) *Leverage* merupakan alat ukur yang berfungsi untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung oleh kreditur dalam membiayai aset perusahaannya. Perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* tinggi dapat disimpulkan bahwa perusahaan tersebut sangat tergantung pada pinjaman perusahaan lain atau luar untuk membiayai asetnya.

Leverage adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan baik jangka pendek maupun jangka panjang jika

sebuah perusahaan dilikuidasi. Anggraini (2006) mengungkapkan bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih rendah.

10. Rasio Likuiditas

Menurut Badjuri (2011), rasio likuiditas dapat dipandang dari dua sisi, kesehatan suatu perusahaan yang dicerminkan dengan tingginya rasio likuiditas (diukur dengan *current ratio*) diharapkan berhubungan dengan luasnya tingkat pengungkapan informasi sosial perusahaan. Badjuri juga beranggapan bahwa secara finansial perusahaan yang kuat akan lebih banyak mengungkapkan informasi sosial daripada yang lemah, tetapi sebaliknya, jika likuiditas dipandang sebagai ukuran kinerja, perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas rendah perlu memberikan informasi yang lebih rinci untuk menjelaskan lemahnya kinerja dibanding perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas yang tinggi.

Likuiditas menunjukkan hubungan antara kas dengan aset lancar lainnya dari suatu perusahaan dengan liabilitas lancarnya. Likuiditas merupakan suatu indikator mengenai kemampuan entitas untuk membayar semua liabilitas finansial jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aset lancar yang telah tersedia. Perusahaan dengan likuiditas yang tinggi akan memberikan sinyal kepada perusahaan yang lain bahwa mereka lebih baik daripada

perusahaan lain dengan melakukan kegiatan yang memiliki hubungan dengan lingkungan sosial. Sinyal tersebut dilakukan dengan memberikan informasi secara luas tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan yang mereka lakukan (Kamil, 2012).

B. Penurunan Hipotesis

1. Ukuran Komite Audit

Komite audit adalah komite yang bertugas membantu dewan komisaris dalam melaksanakan fungsi pengawasan terhadap manajemen. Ukuran Komite Audit yaitu jumlah anggota Komite Audit yang membantu tugas pengawasan dewan komisaris. Alasan mengapa Komite Audit berpengaruh terhadap ISR adalah sebagai bagian yang bertugas membantu Dewan Komisaris serta bertanggung jawab pada Dewan Komisaris itu sendiri dalam melakukan fungsi pengawasan terhadap manajemen untuk mengungkapkan ISR. Semakin banyak anggota Komite Audit yang dimiliki perusahaan maka pengawasan terhadap manajemen akan semakin efektif, sehingga Komite Audit dapat menekan manajemen perusahaan agar melaporkan ISR secara lengkap sebagai bentuk tanggung jawab sosial bagi pemangku kepentingan.

Semakin besar Ukuran Komite Audit, maka pengawasan operasional perusahaan akan semakin baik. Dengan pengawasan yang baik, maka diharapkan pula pengungkapan ISR akan tinggi karena dapat meminimalisir informasi yang mungkin dapat disembunyikan

oleh manajemen. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Mulia (2010) yang menyatakan bahwa independensi komite audit berpengaruh secara negatif terhadap luas pengungkapan CSR. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Badjuri (2011), menunjukkan bahwa Komite Audit tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan. Berdasarkan uraian diatas maka dapat diambil hipotesis pertama sebagai berikut:

H₁: Ukuran Komite Audit berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* Perbankan Syariah di Indonesia.

2. Komposisi Dewan Komisaris Independen

Dewan komisaris dianggap sebagai puncak dari sistem pengelolaan internal perusahaan, memiliki peranan terhadap aktivitas pengawasan, komposisi dewan komisaris akan menentukan kebijakan perusahaan termasuk praktek dan pengungkapan CSR (Nurkhin, 2009). Komposisi Dewan Komisaris Independen yaitu presentase Dewan Komisaris Independen yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Dewan Komisaris Independen tidak memiliki kepentingan atau hubungan apapun dengan perusahaan, oleh karena itu Dewan Komisaris bisa bersifat lebih independen dan bisa mencegah hal-hal atau tindakan yang semata-mata hanya untuk kepentingan perusahaan. Alasan mengapa Dewan Komisaris Independen berpengaruh terhadap

pengungkapan ISR adalah sebagai bagian yang bertanggungjawab memantau kinerja perusahaan supaya visi misi dapat terwujud dengan mendorong manajemen puncak untuk mengungkapkan ISR. Semakin tinggi presentase Dewan Komisaris Independen yang ada dalam memantau kinerja perusahaan maka kinerja Dewan Komisaris Independen akan lebih akurat sehingga diharapkan Dewan Komisaris Independen dapat mendorong manajemen perusahaan agar melaporkan ISR secara lengkap sebagai bentuk tanggungjawab sosial.

Nurkhin (2009) menjelaskan didalam penelitiannya bahwa variabel komposisi dewan komisaris independen memiliki nilai yang signifikan, yang dapat menunjukkan bahwa variabel komposisi dewan independen telah terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengungkapan dan tanggung jawab. Hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Purwati (2006), yang menyatakan bahwa hasil yang ditunjukkan variabel komisaris independen adalah negatif. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti mengambil hipotesis sebagai berikut:

H₂: Komposisi Dewan Komisaris Independen berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* Perbankan Syariah di Indonesia.

3. Ukuran Dewan Pengawas Syariah

Dewan Pengawas Syariah merupakan bagian yang harus ada pada setiap lembaga keuangan syariah guna mengawasi setiap produk

usaha operasional lembaga agar sesuai dengan prinsip syariah. Ukuran Dewan Pengawas Syariah yaitu jumlah dari anggota Dewan Pengawas Syariah yang dimiliki dalam suatu perusahaan. Dewan Pengawas Syariah mempunyai peran dalam mendorong manajemen puncak untuk mengungkapkan ISR perbankan syariah. Hubungan adalah Dewan Pengawas Syariah memiliki wewenang untuk mengawasi kepatuhan perusahaan terhadap prinsip-prinsip syariah, dengan kondisi ini diharapkan Dewan Pengawas Syariah dapat menekan pihak perusahaan untuk mengungkapkan ISR sehingga dengan banyaknya anggota Dewan Pengawas Syariah maka kinerja perusahaan dalam melakukan pengawasan terhadap pengungkapan ISR akan lebih terpantau agar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang ditetapkan dengan cara menekan pihak manajemen perusahaan untuk melaporkan ISR. Semakin tinggi jumlah anggota Dewan Pengawas Syariah maka kemungkinan untuk melakukan pengungkapan ISRnya akan semakin tinggi karena pemantauan akan berjalan lebih efektif.

Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Ningrum (2013) secara parsial ukuran dewan pengawas syariah berpengaruh positif signifikan terhadap ISR pada perbankan syariah di Indonesia. Hal tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Khoirudin (2013). Penelitian yang dilakukan Khoirudin menunjukkan hasil bahwa Ukuran Dewan Pengawas Syariah tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*

perbankan syariah di Indonesia. Sehingga peneliti mengambil hipotesis sebagai berikut:

H₃: Ukuran Dewan Pengawas Syariah berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* Perbankan Syariah di Indonesia.

4. Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan Manajerial terhadap perusahaan atau yang biasa dikenal dengan istilah *Insider Ownership* ini didefinisikan sebagai presentase suara yang berkaitan dengan saham dan *option* yang dimiliki oleh manajer dan direksi suatu perusahaan (Mathiesen dalam Febriana dan Suaryana, 2012). Kepemilikan Saham yang tinggi maka dapat diartikan bahwa manajer dalam perusahaan memiliki saham sekaligus menjadi pemegang saham yang tinggi pula di dalam perusahaan. Manajer yang memiliki saham perusahaan tentunya akan menselaraskan kepentingannya sebagai manajer dengan kepentingannya sebagai pemegang saham. Hubungannya dengan ISR adalah dengan tingginya kepemilikan manajer didalam suatu perusahaan maka tindakan manajer akan semakin produktif dalam menerapkan nilai-nilai perusahaan, khususnya dalam pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Kepemilikan manajerial menyebabkan berkurangnya tindakan oportunistik manajer untuk memaksimalkan kepentingan pribadi. Manajer perusahaan akan mengambil keputusan sesuai dengan

kepentingan perusahaan dengan cara mengungkapkan informasi sosial yang seluas-luasnya untuk meningkatkan *image* perusahaan. Berdasarkan penelitian Anggraini (2006) menyimpulkan bahwa variabel kepemilikan manajerial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial. Semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka manajer perusahaan akan semakin banyak mengungkapkan informasi sosial. Hasil tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang diteliti oleh (Badjuri, 2011) ditemukan hasil bahwa variabel kepemilikan manajerial ternyata tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan. Berdasarkan di atas maka peneliti mengambil hipotesis sebagai berikut:

H₄: Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* Perbankan Syariah di Indonesia.

5. *Leverage*

Tingkat *leverage* adalah kemampuan untuk melihat perusahaan dalam menyelesaikan semua kewajibannya kepada pihak lain, perusahaan yang mempunyai proporsi utang lebih banyak dalam struktur pemodalannya akan mempunyai biaya keagenan yang lebih besar (Trisnawati, 2014). Mia dan Al Mamun (2011) dalam Putri dan Christiawan (2014) menjelaskan bahwa *leverage* yang tinggi

cenderung akan mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang makin banyak. Hal tersebut disebabkan perusahaan dengan *leverage* tinggi memiliki tekanan yang lebih besar dari bank, kreditur dan investor sehingga perusahaan berupaya untuk melonggarkan tekanan ini dengan cara melakukan banyak *disclose* dengan tujuan untuk memberikan keyakinan pada bank, kreditur, investor bahwa perusahaan tidak melanggar *covenants* yang ada.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan Ira (2013) menunjukkan hasil bahwa variabel *Leverage* berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Badjuri (2011) yang menunjukkan bahwa variabel *Leverage* tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan. Berdasarkan deskripsi diatas maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H₅: *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* Perbankan Syariah di Indonesia.

6. Rasio Likuiditas

Likuiditas adalah salah satu kinerja yang sering dijadikan tolak ukur investor dalam menilai perusahaan. Likuiditas menunjukkan hubungan antara kas dan asset lancar lainnya dari suatu perusahaan

dengan liabilitas lancarnya. Menurut Syahrir dan Suhendra (2010) dalam Kamil dan Herusetya (2012) menjelaskan bahwa likuiditas memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan dengan nilai likuiditas yang tinggi akan memberikan sinyal kepada perusahaan yang lain bahwa mereka lebih baik daripada perusahaan lain dengan melakukan kegiatan lingkungan sosial. Sinyal tersebut dilakukan dengan memberikan informasi yang lebih luas tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan yang mereka lakukan. Dengan demikian maka terdapat dugaan bahwa nilai likuiditas yang tinggi dalam suatu perusahaan akan berpengaruh positif dengan pengungkapan ISR dalam perbankan syariah di Indonesia.

Menurut hasil penelitian yang dihasilkan Badjuri (2011) menunjukkan bahwa variabel likuiditas tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan. Hal tersebut sependapat dengan penelitian yang dilakukan Kamil (2012), yang menyatakan bahwa Likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti mengambil hipotesis sebagai berikut:

H₆: Rasio Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* Perbankan Syariah di Indonesia.

C. Model Penelitian

