

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. *Legitimacy Theory* (Teori Legitimasi)

Legitimasi merupakan hal yang penting bagi perusahaan karena berhubungan dengan nilai atau norma yang dimiliki perusahaan dalam melakukan interaksi dengan sosial dan lingkungan sekitarnya. Menurut Zubek dan Mashat (2015) teori legitimasi mengasumsikan bahwa perusahaan bisnis ada untuk mempertimbangkan hak-hak masyarakat luas, tidak hanya orang-orang yang ada di dalam perusahaannya saja. Jika perusahaan tidak bertindak sesuai dengan harapan dari masyarakat, maka masyarakat dapat bertindak untuk menghilangkan hak perusahaan untuk melanjutkan operasional bisnisnya, dengan kata lain bahwa perusahaan harus memperhatikan kelompok sosial yang berada di lingkungan perusahaan (Suchman, 1995).

Dasar pemikiran dari teori ini adalah bahwa perusahaan akan terus berlanjut operasionalnya jika lingkungan menyadari bahwa perusahaan telah beroperasi dengan sistem nilai atau norma yang sejalan dengan nilai atau norma lingkungan di sekitar perusahaan. Teori ini juga didasarkan pada persepsi bahwa perusahaan akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai salah satu strategi yang membuktikan kepada masyarakat dimana perusahaan telah beroperasi sesuai dengan harapan mereka.

Dengan demikian, teori legitimasi merupakan salah satu teori yang mendasari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Teori legitimasi dalam penelitian ini menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan dilakukan dengan harapan untuk memperoleh pengakuan atau legitimasi masyarakat yang ada disekitar perusahaan. Legitimasi perusahaan dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan teori legitimasi perusahaan dianjurkan untuk memberikan keyakinan kepada masyarakat bahwa aktivitas dan kinerja perusahaannya dapat diterima. Perusahaan dapat menggunakan laporan tahunan sebagai alat untuk memberikan gambaran mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan kepada masyarakat, sehingga perusahaan dapat diterima oleh masyarakat.

Seperti yang telah dijelaskan di atas, penggunaan teori legitimasi dalam penelitian ini memiliki implikasi bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan dengan harapan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Hal ini berarti apabila perusahaan mendapatkan legitimasi dari masyarakat, maka perusahaan dapat terus bertahan dan berkembang di tengah-tengah masyarakat serta mendapatkan keuntungan pada masa datang (Khoirudin, 2013).

2. *Syariah Enterprise Theory (SET)*

Syariah Enterprise Theory (SET) merupakan teori yang menyatakan bahwa Allah sebagai pusat dari segala sesuatu. Menurut Meutia dkk. (2010) SET adalah teori perusahaan yang telah diinternalisasi oleh nilai Ketuhanan. Dalam teori ini yang terpenting adalah bahwa Allah sebagai pencipta dan pemilik tunggal semua sumber daya yang ada di dunia. SET memiliki nilai keseimbangan yang secara umum, nilai keseimbangan tersebut adalah keseimbangan antara nilai-nilai materi dan nilai-nilai spiritual. Konsekuensi dari nilai keseimbangan ini mengakibatkan SET tidak hanya memperhatikan kepentingan individu dalam hal ini adalah kepentingan perusahaan itu sendiri, tetapi juga kepentingan dari pihak-pihak lain yang dalam hal ini adalah para *stakeholder* (Triyuwono, 2011).

Dengan demikian, SET memiliki kepedulian yang besar terhadap *stakeholder* yang luas. Menurut teori ini, *stakeholder* yang dimaksud adalah meliputi Allah, manusia, dan alam. Allah merupakan pihak yang paling tinggi dan menjadi satu-satunya tujuan hidup manusia. Konsekuensi menetapkan Allah sebagai *stakeholder* tertinggi adalah digunakannya *Sunatullah* sebagai basis dalam melakukan segala hal, dalam hal ini adalah proses pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.

Stakeholder yang kedua adalah manusia, Triyuwono (2011) menyatakan bahwa manusia dalam teori SET dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu *direct-stakeholders* dan *indirect-stakeholders*. *Direct-stakeholder* merupakan pihak-pihak yang secara langsung memberikan

kontribusi pada perusahaan, baik dalam bentuk kontribusi keuangan maupun kontribusi non-keuangan. Karena kontribusi mereka kepada perusahaan, maka mereka mempunyai hak untuk mendapatkan kesejahteraan dari perusahaan. Sedangkan yang dimaksud dengan *indirect-stakeholder* adalah pihak-pihak yang tidak memberikan kontribusi kepada perusahaan baik secara keuangan dan non-keuangan, tetapi secara syariah mereka berhak untuk mendapatkan kesejahteraan dari perusahaan.

Stakeholder yang terakhir adalah alam. Alam adalah pihak yang memberikan kontribusi bagi keberlangsungan perusahaan sebagaimana pihak Allah dan manusia. Perusahaan secara fisik didirikan di atas bumi, menggunakan energi yang tersebar di alam, memproduksi dengan bahan baku dari alam, memberikan jasa kepada pihak lain dengan menggunakan energi yang tersedia di alam, dan lain sebagainya. Namun demikian, alam tidak menghendaki distribusi kesejahteraan dari perusahaan dalam bentuk uang sebagaimana yang diinginkan manusia, melainkan wujud distribusi kesejahteraan berupa kepedulian perusahaan terhadap kelestarian alam, pencegahan pencemaran, dan lain-lain.

Dari penjelasan di atas, penelitian ini didasari oleh *Syariah Enterprise Theory* yang menjelaskan bahwa Allah sebagai pusat dari segala sesuatu, manusia di sini hanya sebagai wakil-Nya yang memiliki konsekuensi patuh terhadap semua hukum-hukum Allah (Maulida dkk., 2014). *Islamic social reporting* dalam hal ini merupakan amanah dan pemenuhan kewajiban

sebagai makhluk Allah yang tidak terlepas dari tujuan Islam (Khasanah dan Yulianto, 2015).

3. *Corporate Governance* (Tata Kelola Perusahaan)

Definisi *Corporate Governance* (CG) menurut Cadbury Committee adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengelola perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan, serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka (Agoes dan Ardana, 2014). Dari pengertian tersebut, dapat diketahui bahwa *corporate governance* atau tata kelola perusahaan merupakan suatu sistem yang mengatur, mengelola, dan mengawasi proses pengendalian perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada seluruh pemegang kepentingan.

Paradigma Islam tentang tata kelola perusahaan merupakan hal yang sangat penting karena memiliki kecenderungan untuk mendorong sikap akuntabilitas dan tanggung jawab kepada seluruh *stakeholder* dan seluruh kegiatan yang dijalankan perusahaan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Pada dasarnya CG yang dikeluarkan oleh *Islamic Financial Standard Board* (IFSB) tidak jauh berbeda dengan CG yang bersifat konvensional. Perbedaannya hanya pada *syariah compliant* atau kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam. Sedangkan pada prinsip lainnya seperti prinsip kejujuran, integritas, keterbukaan, akuntabilitas, dan tanggung jawab merupakan prinsip yang berlaku secara universal baik untuk lembaga syariah maupun lembaga non-syariah.

Untuk mencapai tujuan tata kelola perusahaan yang baik dan sesuai dengan prinsip syariah, maka dibutuhkan suatu mekanisme pengawasan yang baik pula terhadap pelaksanaan kepatuhan perusahaan akan hukum dan prinsip syariah. Implementasi mekanisme CG secara nyata di dalam perusahaan dapat ditunjukkan dengan beberapa komponen yang mewakili perusahaan, antara lain:

a. Dewan Komisaris

Dewan komisaris adalah organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan/atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada direksi sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas. Sedangkan komisaris independen merupakan komisaris yang berasal dari pihak yang terafiliasi atau berasal dari luar perusahaan yang dipilih secara transparan dan independen, memiliki integritas dan kompetensi yang memadai, bebas dari pengaruh yang berhubungan dengan kepentingan pribadi atau pihak lain, serta dapat bertindak secara objektif.

Dewan komisaris merupakan suatu elemen yang penting di dalam mekanisme CG, karena dengan adanya dewan komisaris di dalam perusahaan akan mampu mendorong terciptanya sistem pengendalian yang baik bagi manajemen perusahaan. Dengan wewenang yang dimiliki, maka dewan komisaris dapat menekan manajemen untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan (Khoirudin, 2013).

b. Komite Audit

Dalam menjalankan tugas-tugasnya dewan komisaris dibantu oleh beberapa pihak, salah satu pihak yang membantu dewan komisaris adalah komite audit. Komite audit adalah badan yang kedudukannya berada dibawah dewan komisaris dan bertanggung jawab secara langsung terhadap dewan komisaris. Terkait dengan tugas-tugas komite audit, secara umum komite audit memiliki tanggung jawab dalam tiga bidang, yaitu:

1) Laporan Keuangan

Tanggung jawab komite audit dalam bidang laporan keuangan adalah memastikan bahwa manajemen telah memberikan laporan atas gambaran yang sebenarnya tentang kondisi keuangan perusahaan.

2) Tata Kelola Perusahaan (*Corporate Governance*)

Tanggung jawab komite audit dalam bidang tata kelola perusahaan adalah memastikan bahwa perusahaan telah melaksanakan kegiatan usahanya sesuai dengan undang-undang dan peraturan-peraturan lain yang berlaku, serta tidak melanggar kode etik.

3) Pengawasan Perusahaan

Tanggung jawab komite audit dalam bidang pengawasan perusahaan yaitu berkaitan dengan proses pengawasan perusahaan termasuk di dalamnya hal-hal yang berpotensi mengandung risiko dan sistem

pengendalian intern serta melakukan kontrol terhadap proses pengawasan yang dilakukan oleh auditor internal.

Berdasarkan fungsi dan tugas dari komite audit maka komite audit haruslah dari pihak-pihak yang independen dan tidak terikat dengan tugas manajemen perusahaan. Hal tersebut bertujuan untuk menjaga integritas dan pandangan yang objektif dalam melakukan penyusunan laporan dan penyusunan rekomendasi yang akan disampaikan oleh komite audit. Pihak yang independen ini diharapkan mampu mendorong manajemen dalam melakukan pengungkapan yang lebih luas.

4. *Financial Performance* (Kinerja Keuangan)

Kinerja keuangan merupakan gambaran dari pencapaian keberhasilan perusahaan serta kondisi keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengendalikan sumber daya yang dimilikinya. Kinerja keuangan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan yang dapat dilihat dari tingkat profitabilitas suatu perusahaan. Profitabilitas merupakan suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima.

Dalam penelitian ini rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah tingkat pengembalian atas aset atau *Return on Assets* (ROA). ROA merupakan rasio antara saldo laba bersih setelah pajak dengan jumlah aset perusahaan secara keseluruhan, dimana rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dipergunakan.

Dalam analisis laporan keuangan, rasio ini paling sering disoroti karena mampu menunjukkan keberhasilan perusahaan menghasilkan keuntungan (Ningrum dkk., 2013). Semakin besar angka ROA menunjukkan bahwa kinerja perusahaan semakin baik, karena tingkat pengembalian yang diperoleh perusahaan semakin besar.

Profitabilitas digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dan merupakan salah satu faktor yang membuat manajemen menjadi fleksibel dan bebas untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada para pemegang kepentingan (Maulida dkk., 2014). Hal tersebut berarti semakin tinggi profitabilitas perusahaan diharapkan akan semakin luas pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan.

5. *Environmental Performance* (Kinerja Lingkungan)

Kinerja lingkungan menurut Ali dalam Maulida dkk. (2014) adalah mekanisme perusahaan secara sukarela mengintegrasikan perhatiannya terhadap lingkungan ke dalam operasi dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi. Menurut Suratno dkk. (2006) kinerja lingkungan adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*). Dari kedua definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja lingkungan merupakan kinerja perusahaan yang menunjukkan kepedulian lingkungan dalam menciptakan lingkungan yang baik.

Kinerja lingkungan perusahaan dalam penelitian ini diukur melalui Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan

Lingkungan Hidup (PROPER). PROPER merupakan salah satu sarana kebijakan yang dikembangkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) dalam rangka mendorong penataan tanggung jawab usaha dan/atau kegiatan terhadap berbagai peraturan perundang-undangan di bidang lingkungan hidup, melalui instrumen informasi dengan melibatkan masyarakat secara aktif.

Penilaian peringkat kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan mulai dikembangkan Kementerian Lingkungan Hidup sejak 1995. Program ini pada awalnya dikenal dengan sebutan PROPER PROKASIH. Program ini diharapkan dapat mendorong perusahaan untuk meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungannya. Dengan demikian dampak lingkungan dari kegiatan perusahaan dapat diminimalisasi.

PROPER dikembangkan dengan beberapa prinsip dasar, yaitu peserta PROPER bersifat selektif, yaitu untuk industri yang menimbulkan dampak penting terhadap lingkungan dan peduli dengan citra atau reputasi. PROPER memanfaatkan masyarakat dan pasar untuk memberikan tekanan kepada industri agar meningkatkan kinerja pengelolaan lingkungan. Pemberdayaan masyarakat dan pasar dilakukan dengan penyebaran informasi yang kredibel, sehingga dapat menciptakan pencitraan dan reputasi. Informasi mengenai kinerja perusahaan dikomunikasikan dengan menggunakan warna untuk memudahkan penyerapan informasi oleh masyarakat.

Sistem peringkat kinerja PROPER mencakup pemeringkatan perusahaan dalam lima warna yaitu emas, hijau, biru, merah dan hitam, seperti yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

TABEL 2.1.
Kriteria Peringkat PROPER

Peringkat	Keterangan
Emas	Diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan (<i>environmental excellency</i>) dalam proses produksi dan/atau jasa, melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat.
Hijau	Diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (<i>beyond compliance</i>) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan, pemanfaatan sumber daya secara efisien melalui upaya 4R (<i>Reduce, Reuse, Recycle, dan Recovery</i>), dan melakukan upaya tanggung jawab sosial (<i>CSR/Comdev</i>) dengan baik.
Biru	Diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang dipersyaratkan sesuai dengan ketentuan dan/atau peraturan perundang-undangan.
Merah	Diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang upaya pengelolaan lingkungan hidup dilakukannya tidak sesuai dengan persyaratan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.
Hitam	Diberikan kepada penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang sengaja melakukan perbuatan atau melakukan kelalaian yang mengakibatkan pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan serta pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan atau tidak melaksanakan sanksi administrasi.

Sumber: Laporan Hasil Penilaian PROPER

6. *Islamic Social Reporting (ISR)*

Islam adalah agama yang secara lengkap mengatur seluruh aspek kehidupan manusia di muka bumi. Widiawati (2012) menyatakan bahwa landasan dasar dari agama Islam adalah *aqidah (belief and faith)*, *ibadah (worship)*, dan *akhlaq (morality and ethics)*. Prinsip lain yang sangat mendasar bagi setiap Muslim adalah tauhid (mengesakan Allah SWT) dalam beribadah dan tidak menyekutukan Allah SWT. Allah SWT telah menciptakan manusia sebaik-baiknya makhluk di muka bumi, sebagai makhluk yang paling sempurna yang Allah SWT ciptakan, sudah sepatutnya manusia selalu menjalani segala perintah dan menjauhi segala larangan-Nya dimana dalam hal ini berhubungan dengan tindakan untuk melestarikan lingkungan.

Menurut konsep etika dalam Islam telah terbentuk akuntabilitas dalam perspektif ekonomi Islam yaitu mengenai pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan sesuai dengan prinsip syariah. Dalam ekonomi konvensional, pelaporan tanggung jawab sosial dikenal sebagai perpanjangan dari sistem pelaporan keuangan yang merefleksikan ekspektasi sosial yang lebih luas sehubungan dengan peran masyarakat dalam ekonomi atau kegiatan bisnis perusahaan (Widiawati, 2012).

Haniffa (2002) menyatakan bahwa dalam pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan dalam sistem konvensional hanya memasukkan aspek material dan moral. Seharusnya dalam pelaporan tanggung jawab sosial juga perlu memasukkan aspek spiritual, dimana seharusnya sebagai pembuat

keputusan seorang Muslim memiliki ekspektasi agar perusahaan melakukan pengungkapan informasi secara sukarela untuk membantu pemenuhan kebutuhan spiritual mereka. Dengan demikian, perlu adanya kerangka khusus untuk pelaporan pertanggungjawaban sosial yang sesuai dengan prinsip Islam.

Islamic Social Reporting (ISR) merupakan kerangka khusus yang tidak hanya berguna bagi para pembuat keputusan Muslim, tetapi juga berguna untuk perusahaan Islam dalam memenuhi pertanggungjawabannya terhadap Allah SWT dan masyarakat. Kerangka ISR menggunakan prinsip syariah sebagai landasan dasarnya. Prinsip syariah dalam ISR tidak hanya menghasilkan aspek material dan moral, melainkan juga menghasilkan aspek spiritual yang menjadi fokus utama dari pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan. ISR merupakan perluasan dari *social reporting* yang meliputi harapan masyarakat tidak hanya mengenai peran perusahaan dalam perekonomian, namun juga peran perusahaan dalam perspektif spiritual. ISR memiliki dua tujuan utama yaitu suatu bentuk akuntabilitas kepada Allah SWT dan masyarakat serta untuk meningkatkan transparansi kegiatan bisnis dengan cara memberikan informasi yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan spiritual para pembuat keputusan muslim (Haniffa, 2002).

Kerangka konseptual ISR yang didasarkan pada ketentuan syariah diukur dengan menggunakan sebuah indeks yaitu indeks ISR. Indeks ISR merupakan tolak ukur pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan syariah yang berisi kompilasi item-item CSR yang ditetapkan oleh

Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions (AAOIFI) yang kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh para peneliti mengenai item-item CSR (Othman dkk.,2009). Khoirudin (2013) menyatakan bahwa indeks ISR diyakini dapat menjadi pijakan awal dalam hal standar pengungkapan CSR yang sesuai dengan perspektif Islam.

Dalam penelitian ini digunakan indeks ISR yang berisi item-item pengungkapan yang digunakan sebagai indikator dalam pelaporan kinerja sosial perusahaan syariah dengan rujukan utama Haniffa (2002) yang kemudian dikembangkan oleh Othman dkk. (2009). Terdapat enam tema pengungkapan indeks ISR, berikut keenam tema pengungkapan dalam indeks ISR yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

a. Pendanaan dan Investasi

Beberapa informasi yang diungkapkan pada tema ini menurut Haniffa (2002) adalah praktik operasional yang mengandung *riba*, *gharar* dan aktivitas pengelolaan zakat. Informasi lain pada tema ini yang merupakan penambahan dari Othman dkk. (2009) adalah kebijakan atas keterlambatan pembayaran piutang dan kebangkrutan klien, neraca dengan nilai saat ini (*current value balance sheet*) dan laporan nilai tambah (*value added statement*).

1) Aktivitas Riba

Karnaen dan Syafii dalam Juanda, 2016 menyatakan bahwa *riba* adalah pengambilan tambahan dari harta pokok (modal) secara *bathil*. Yang dimaksud pengambilan secara *bathil* yaitu pengambilan

tambahan dari modal pokok tanpa adanya imbalan pengganti (kompensasi) yang dapat dibenarkan oleh hukum *syara'*. Allah SWT dan Rasul-Nya telah melarang dan mengharamkan riba, Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surah Ali Imran ayat 130 yang artinya: “*Wahai orang-orang yang beriman janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertaqwalah kepada Allah agar kamu beruntung*”.

2) *Gharar* (Ketidakpastian)

Gharar adalah transaksi yang mengandung suatu hal pokok yang tidak diketahui oleh kedua belah pihak dalam hal kuantitas, kualitas, harga dan waktu penyerahan (Yaya dkk., 2014). Salah satu contoh transaksi yang mengandung *gharar* adalah penjualan sapi yang masih dalam perut induknya, kedua belah pihak baik pembeli maupun penjual tidak mengetahui bagaimana kualitas sapi itu nantinya ketika lahir. Bentuk lain dari *gharar* adalah *future on delivery trading* atau *margin trading*, jual-beli valuta asing bukan transaksi komersial, melebihi jumlah yang dimiliki atau dibeli (*short selling*), melakukan transaksi pure swap, capital lease, future, warrant, option dan transaksi derivatif lainnya (Arifin dalam Gustani, 2015)

3) Zakat

Aspek lain yang harus diungkapkan oleh perusahaan syariah adalah praktik pembayaran dan pengelolaan zakat. Perusahaan

syariah memiliki kewajiban untuk mengeluarkan zakat dari laba yang diperoleh. Zakat dalam pengertian suci adalah membersihkan diri, jiwa dan harta (Rozalinda, 2016). Dalam hal ini perusahaan yang mengeluarkan zakat berarti perusahaan telah membersihkan hartanya dari hak orang lain yang ada dalam harta tersebut.

Berdasarkan AAOIFI, perhitungan zakat bagi entitas syariah dapat menggunakan dua metode. Metode pertama, dasar perhitungan zakat perusahaan dengan metode kekayaan bersih, artinya seluruh kekayaan yang dimiliki perusahaan termasuk modal dan laba harus dihitung sebagai sumber yang harus dizakatkan. Metode kedua, dasar perhitungannya adalah keuntungan dalam satu tahun (Hakim dalam Gustani, 2015). Dengan demikian, perusahaan syariah berkewajiban untuk mengungkapkan pengelolaan dan penggunaan dana zakat pada suatu periode dalam laporan keuangan.

4) Kebijakan dalam Mengatasi Keterlambatan Pembayaran oleh *Insolvent Clients*

Pengungkapan ini merupakan penambahan dari penelitian yang dilakukan oleh Othman dkk. (2009). Untuk meminimalisir risiko pembiayaan, Bank Indonesia mengharuskan bank untuk mencadangkan penghapusan bagi aktiva-aktiva produktif yang mungkin bermasalah, praktik ini dinamakan pencadangan penghapusan piutang tak tertagih. Dalam fatwa DSN MUI ditetapkan bahwa pencadangan tersebut harus diambil dari dana

(modal/laba) bank. Sedangkan menurut AAOIFI, pencadangan disisihkan dari keuntungan yang diperoleh bank sebelum dibagikan ke nasabah (Gustani, 2015).

5) *Current Value Balance Sheet (CVBS)*

Menurut Nurhayati dan Wasilah (2014) metode CVBS digunakan untuk mengatasi kelemahan dari metode historical cost yang kurang cocok dengan perhitungan zakat yang mengharuskan perhitungan kekayaan dengan nilai saat ini atau sekarang.

6) *Value Added Statement (VAS)*

VAS berfungsi untuk memberikan informasi tentang nilai tambah yang diperoleh perusahaan dalam periode tertentu dan kepada pihak mana nilai tambah itu disalurkan (Harahap dalam Gustani, 2015)

b. Produk dan Jasa

Menurut Othman dkk. (2009) beberapa aspek yang perlu diungkapkan pada tema ini adalah:

1) Produk yang Ramah Lingkungan (*Green Product*)

Setiap perusahaan diharapkan menghasilkan produk ataupun jasa yang ramah lingkungan sebagai bentuk partisipasi dalam menjaga dan memelihara lingkungan.

2) Status Halal atau Syariah dalam Produk

Status kehalalan suatu produk merupakan kewajiban yang harus diungkapkan oleh perusahaan syariah dalam laporan tahunan.

Status kehalalan suatu produk diketahui setelah mendapatkan sertifikat kehalalan produk dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

3) Keselamatan Produk dan Kualitas Produk

Selain produk harus dinyatakan halal, hal lain yang juga penting untuk diungkapkan oleh suatu perusahaan adalah terkait keselamatan dan kualitas produk. Produk yang aman dan berkualitas akan memberikan kepercayaan kepada pihak konsumen, sehingga mampu meningkatkan loyalitas konsumen terhadap suatu perusahaan. Keselamatan dan kualitas produk perusahaan dapat dilihat dari adanya sertifikat ISO 9000:2000 yang merupakan sertifikat manajemen mutu.

4) Keluhan Pelanggan

Informasi lain yang harus diungkapkan dalam tema produk dan jasa adalah mengenai keluhan pelanggan. Suatu perusahaan diharapkan tidak hanya memperhatikan produk yang dihasilkan melainkan juga harus memberikan pelayanan kepada konsumen, sehingga konsumen akan merasa puas dengan sistem pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Informasi terkait keluhan pelanggan dapat dilihat dari tersedianya pusat pelayanan keluhan konsumen yang dibentuk oleh perusahaan.

c. Karyawan

Haniffa (2002) dan Othman dan Thani (2010) menjelaskan bahwa masyarakat Islam ingin mengetahui apakah karyawan-karyawan

perusahaan telah diperlakukan secara adil dan wajar melalui informasi-informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan antara lain, karakteristik pekerjaan terkait dengan jam kerja, libur kerja, serta manfaat lain bagi semua karyawannya, pendidikan dan pelatihan, kesempatan yang sama antar karyawan, keterlibatan karyawan dalam operasional perusahaan, jaminan kesehatan dan keselamatan kerja, menggambarkan lingkungan kerja, kepedulian terhadap karyawan berkebutuhan khusus, dan kebijakan terkait waktu serta tersedianya tempat ibadah.

d. Sosial

Beberapa aspek pengungkapan tema sosial yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sodaqoh*/donasi, *wakaf* dan *qard hassan* atau pinjaman kebajikan, aspek ini sesuai dengan penelitian dari Haniffa (2002). Sedangkan beberapa aspek lainnya yang dikembangkan oleh Othman dan Thani (2010) diantaranya adalah sukarelawan dari pihak karyawan, pemberian beasiswa, pemberdayaan kerja para lulusan sekolah atau mahasiswa berupa magang, pengembangan dalam kepemudaan, peningkatan kualitas hidup masyarakat kelas bawah dengan membentuk komunitas masyarakat kurang mampu, kepedulian terhadap anak-anak, melakukan kegiatan amal/bantuan/kegiatan sosial lain, dan mensponsori berbagai macam kegiatan seperti kegiatan kesehatan, olahraga, edukasi, dan lain sebagainya.

e. Lingkungan

Haniffa (2002) menegaskan bahwa penting bagi seluruh makhluk hidup untuk melindungi lingkungan sekitarnya. Prinsip yang mendasari tema ini adalah prinsip keseimbangan, kesederhanaan dan tanggung jawab dalam menjaga lingkungan. Dengan demikian, informasi-informasi yang berhubungan dengan penggunaan sumber daya dan program-program yang digunakan untuk memelihara dan melindungi lingkungan harus diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan (Othman dan Thani, 2010).

Informasi yang diungkapkan dalam tema lingkungan diantaranya adalah konservasi lingkungan, perlindungan terhadap flora dan fauna liar atau terancam punah, polusi lingkungan, edukasi lingkungan, produk lingkungan, audit lingkungan, dan sistem manajemen lingkungan atau peraturan tentang lingkungan (Othman dan Thani, 2010).

f. Tata Kelola Perusahaan

Tema tata kelola perusahaan dalam ISR merupakan penambahan dari Othman dkk. (2009), dimana tema ini tidak dapat dipisahkan dari perusahaan guna memastikan pengawasan pada aspek syariah perusahaan. Tata kelola perusahaan didefinisikan sebagai sistem hak, proses, pengawasan dan pengendalian secara keseluruhan yang ditetapkan secara internal dan eksternal atas manajemen sebuah entitas bisnis dengan tujuan melindungi kepentingan-kepentingan *stakeholders*

(Gustani, 2015). Menurut Muhammad (2014) *corporate governance* bagi entitas syariah memiliki cakupan yang lebih luas, karena memiliki kewajiban menaati seperangkat peraturan yang khas yaitu hukum syariat dan harapan kaum Muslim.

Informasi yang diungkapkan dalam tema ini adalah status kepatuhan terhadap syariah, struktur organisasi, informasi perbandingan struktur dewan muslim dan non-muslim, adanya kebijakan mengenai aktivitas yang dilarang seperti kegiatan monopoli, kegiatan menimbun, kegiatan manipulasi, praktik kecurangan, gambling dan adanya peraturan anti korupsi.

B. Hipotesis dan Hasil Penelitian Terdahulu

1. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan ISR

Dewan komisaris adalah organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan/atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada direksi sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas. Sedangkan ukuran dewan komisaris adalah jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan.

Dewan komisaris merupakan suatu elemen yang penting dalam mekanisme *corporate governance*, karena dengan adanya dewan komisaris di dalam perusahaan akan mampu mendorong terciptanya sistem pengendalian yang baik bagi manajemen perusahaan. Semakin besar ukuran

dewan komisaris, maka pengawasan dalam perusahaan akan semakin baik. Dengan pengawasan yang baik, maka pengungkapan *islamic social reporting* akan semakin luas.

Hasil penelitian Khoirudin (2013) menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* perbankan syariah di Indonesia. Hasil tersebut berarti bahwa semakin besar ukuran dewan komisaris, maka pengawasan akan semakin baik, maka pengungkapan ISR akan semakin luas karena dapat meminimalisir informasi yang mungkin dapat disembunyikan oleh manajemen. Hal serupa juga dibuktikan oleh Dewi dan Priyadi (2013) yang menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jannah dan Asrori (2016) serta Oktariani dan Mimba (2014) yang menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal tersebut berarti bahwa besar atau kecilnya jumlah dewan komisaris di dalam perusahaan tidak mempengaruhi keluasan pengungkapan ISR. Dari uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan
ISR

2. Pengaruh Independensi Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)*

Dewan komisaris independen adalah dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan, tidak memiliki saham baik secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan, tidak memiliki hubungan usaha serta hubungan afiliasi dengan perusahaan. Adanya komisaris independen diperlukan untuk meningkatkan independensi dewan komisaris terhadap kepentingan pemegang saham dan benar-benar menempatkan kepentingan perusahaan di atas kepentingan lainnya.

Dengan demikian, semakin tinggi proporsi dewan komisaris independen, maka kemampuan dewan komisaris untuk mengambil keputusan dalam rangka melindungi pihak pemangku kepentingan semakin objektif. Dan jika pengawasan telah dilakukan secara objektif, maka pengelolaan perusahaan akan dilakukan dengan cara yang baik juga, serta manajemen akan mengungkapkan informasi secara luas, termasuk pengungkapan ISR.

Hasil penelitian Nurkhin (2010) menunjukkan bahwa komposisi dewan komisaris independen berpengaruh terhadap pengungkapan ISR. Berbeda dengan hasil penelitian dari Lestari (2013) yang menunjukkan bahwa komposisi dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : Independensi dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan ISR

3. Pengaruh Komite Audit terhadap Pengungkapan ISR

Komite audit merupakan badan yang kedudukannya berada dibawah dewan komisaris dan bertanggung jawab secara langsung terhadap dewan komisaris. Salah satu tugas komite audit adalah untuk memastikan bahwa struktur pengendalian internal perusahaan dilakukan dengan baik. Adanya komite audit di dalam perusahaan dapat menjadi alat yang efektif untuk melakukan mekanisme pengawasan sehingga dapat meningkatkan pengendalian internal dan akan meningkatkan kualitas pengungkapan informasi perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Handajani dkk. (2009) menunjukkan bahwa komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan publik di Indonesia. Hal tersebut berarti bahwa semakin banyak jumlah komite audit maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Jannah dan Asrori (2016) menunjukkan bahwa komite audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃ : Komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan ISR

4. Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan ISR

Profitabilitas adalah suatu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan berarti semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Hal tersebut dapat mempengaruhi tingkat pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan agar menarik minat investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan. Selain itu semakin tinggi laba yang dihasilkan oleh perusahaan akan memotivasi manajemen untuk menyajikan informasi yang lebih luas untuk meyakinkan investor sehingga investor akan meningkatkan kompensasi untuk manajemen. Pengungkapan informasi yang lebih luas salah satunya adalah pengungkapan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Maulida dkk. (2014), Oktariani dan Mimba (2014), serta Nurkhin (2010) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₄ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan ISR

5. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan ISR

Kinerja lingkungan merupakan kinerja perusahaan yang menunjukkan kepedulian lingkungan dalam menciptakan lingkungan yang baik. Kinerja lingkungan perusahaan dapat diukur melalui Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan

Hidup (PROPER). PROPER merupakan salah satu sarana kebijakan yang dikembangkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) dalam rangka mendorong penataan tanggung jawab usaha dan/atau kegiatan terhadap berbagai peraturan perundang-undangan di bidang lingkungan hidup, melalui instrumen informasi dengan melibatkan masyarakat secara aktif.

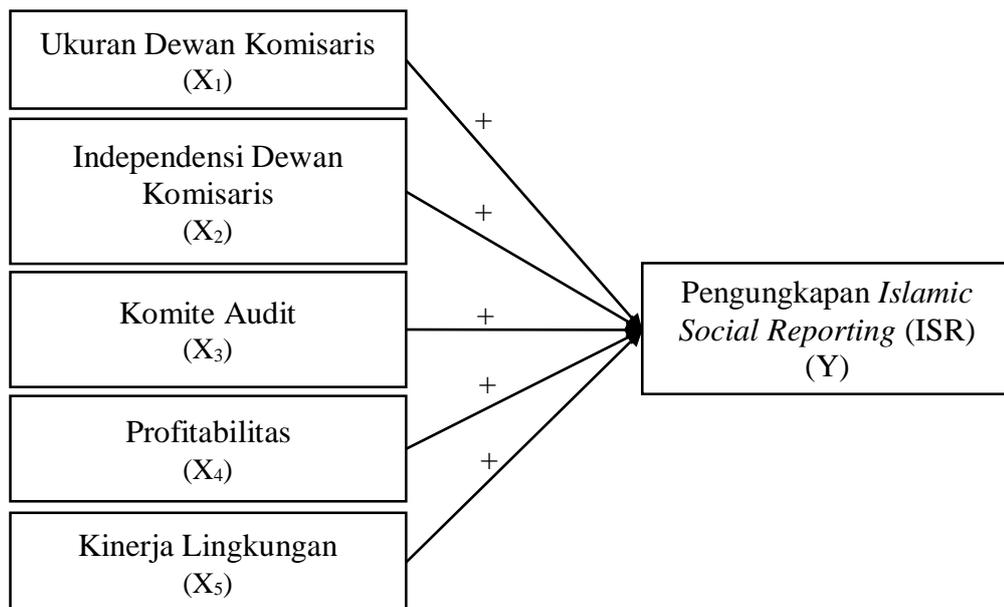
Keikutsertaan perusahaan dalam PROPER menunjukkan hal yang positif akan kepedulian lingkungan dan sosial perusahaan. Perusahaan yang melakukan kinerja lingkungan dengan baik akan cenderung mengungkapkan kinerja perusahaan dalam tanggung jawab sosial, karena perusahaan menganggap bahwa hal tersebut dapat menarik pelaku pasar dalam hal ini investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan.

Hasil penelitian Maulida dkk. (2014) menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kinerja lingkungan dengan pengungkapan *Islamic social reporting*, serta penelitian Oktariani dan Mimba (2014) yang menunjukkan bahwa tanggung jawab lingkungan berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₅ : Kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap pengungkapan ISR

C. Model Penelitian

Bagian model penelitian ini menggambarkan hubungan antara variabel-variabel penelitian dan bentuk hipotesis yang dirumuskan. Model penelitian dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



GAMBAR 2.1.
Model Penelitian