

DETEKSI DETERMINAN UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN ISLAMIC SOCIAL REPORTING

Aprih Santoso

Univrsots SemarangKampus

Email: aprihsantoso@usm.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the effect of company size and profitability on the disclosure of Islamic Social Reporting (ISR) in companies listed on JII. The samples used in this study were 14 companies registered on JII. The type of data used is secondary data sourced from financial reports in 2018-2022 via the web www.idx.com. Methods of data collection using purposive sampling. The results of this study indicate that simultaneously all independent variables, both company size and profitability, have a significant effect on Islamic Social Reporting (ISR) in companies listed on JII. However, the partial results of the study show that company size has a significant effect on Islamic Social Reporting in companies listed on JII, while profitability has no significant effect on Islamic Social Reporting in companies listed on JII.

Keywords: *ISR, company size, profitability, JII*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas, terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) pada perusahaan yang terdaftar di JII. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 14 perusahaan yang terdaftar di JII. Jenis data yang dipakai adalah data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan pada tahun 2018-2022 yang melalui web www.idx.com. Metode pengambilan data menggunakan purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan seluruh variabel independen baik ukuran perusahaan maupun profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Islamic Social Reporting (ISR) pada perusahaan yang terdaftar di JII. Namun hasil penelitian secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Islamic Social Reporting pada perusahaan yang terdaftar di JII, sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Islamic Social Reporting pada perusahaan yang terdaftar di JII.

Kata Kunci: *ISR, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, JII*

PENDAHULUAN

Islamic Social Reporting (ISR) merupakan tolak ukur pelaksanaan tanggung jawab sosial perbankan syariah yang berisi kompilasi item-item standar CSR yang ditetapkan oleh AAOIFI (Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions). Ekonomi Islam sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat. Semakin banyak perusahaan yang berasaskan syariah bermunculan seiring berjalannya waktu. Tidak terkecuali dengan pasar modal syariah. Pasar modal syariah memiliki andil yang cukup besar dalam rangka meningkatkan pangsa pasar perusahaan-perusahaan berbasis syariah. Di Indonesia, salah satu instrument syariah yang identik terkait dengan pasar modal adalah Jakarta Islamic Index (JII). JII merupakan salah satu indeks saham yang ada di Indonesia

yang menghitung indeks 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. Hal tersebut bertujuan memberi manfaat bagi investor muslim maupun pihak lain yang terkait (Tika Astuti, 2013).

Tanggung jawab sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) kian menjadi sorotan penting dalam beberapa dekade terakhir. Hal tersebut dikarenakan konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan inti dari etika bisnis bagi tiap perusahaan. Di Indonesia, konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) sudah mulai berkembang ke arah yang lebih positif. Berbagai perusahaan sudah mulai menunjukkan komitmennya untuk menerapkan praktik tanggung jawab sosial perusahaannya. Praktik pengungkapan Corporate Social Responsibility telah banyak diterapkan oleh perusahaan publik di Indonesia. Walaupun secara umum praktek *Corporate Social Responsibility* lebih banyak dilakukan oleh perusahaan tambang maupun manufaktur, namun, seiring dengan adanya tren global akan praktik CSR, saat ini industri perbankan juga telah mengungkapkan aspek pertanggungjawaban sosial dalam laporan tahunannya walaupun dalam bentuk yang relatif sederhana. Namun, belum banyak yang mengetahui bahwa konsep *Corporate Social Responsibility* dalam Islam erat kaitannya dengan perusahaan-perusahaan yang menjalankan kegiatan bisnis sesuai dengan konsep syariah. Di Indonesia semakin banyak perusahaan-perusahaan yang berasaskan syariah, semakin banyak perusahaan-perusahaan yang berbasis syariah membuktikan bahwa Ekonomi Islam sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat.

Untuk memenuhi pelaporan yang berbasis syariah maka umat muslim mulai mengembangkan pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan yang sesuai dengan prinsip syariah yang dikenal dengan *Islamic Social Reporting* (ISR). Dalam Islam konsep ini lebih menekankan pada bentuk ketaqwaan umat manusia kepada Allah SWT dalam dimensi perusahaan. Nilai-nilai Islam sesungguhnya memiliki hubungan yang relevan dan memiliki kontribusi terhadap konsep CSR yang telah berkembang hingga saat ini (Tika Astuti, 2013).

Fenomena yang menjadi ketertarikan dalam pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) yakni Indonesia yang merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia juga tengah mengalami perkembangan ekonomi Syariah tersebut dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat terhadap lembaga atau institusi Syariah semakin besar dari waktu ke waktu. Dengan demikian, pasar modal Syariah memiliki peran penting dalam rangka meningkatkan pangsa pasar perusahaan-perusahaan

berbasis Syariah di Indonesia.

Islam mengajarkan bahwa tidak cukup bagi seorang Muslim hanya menfokuskan diri beribadah kepada Allah SWT. Dalam Islam, manusia merupakan khalifah dimuka bumi, sehingga manusia juga harus menyemarakkan kebaikan kepada sesama makhluk ciptaan-Nya. Oleh sebab itu, kesempurnaan iman seorang muslim tidak hanya dapat dicapai dengan hubungan vertikal kepada Allah saja (Hablumminallah), tetapi juga harus dibarengi dengan hubungan yang baik kepada sesama makhluk ciptaan Allah (Hablumminannas) (Sofyani dkk., 2012 dalam Umiyati dan Muhammad Danis, 2018).

Terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial suatu entitas syariah, akhir-akhir ini marak diperbincangkan mengenai *Islamic Social Reporting*. *Islamic Social Reporting* adalah standar pelaporan kinerja sosial perusahaan berbasis syariah. *Islamic Social Reporting* merupakan kerangka khusus untuk pelaporan pertanggungjawaban sosial yang sesuai dengan prinsip Islam. Tujuan dari *Islamic Social Reporting* sendiri adalah sebagai bentuk akuntabilitas perusahaan kepada Allah SWT dan masyarakat dan juga meningkatkan transparansi kegiatan bisnis dengan menyajikan informasi yang relevan dengan memperhatikan kebutuhan spiritual investor muslim atau kepatuhan syariah dalam pengambilan keputusan (Febry Ramadhani, 2016).

Terdapat beberapa faktor-faktor lain yang mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Faktor yang pertama adalah ukuran perusahaan merupakan tingkat identifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan. Febry Ramadhani (2016), menjelaskan perusahaan besar biasanya melakukan aktivitas yang lebih banyak dan memiliki dampak yang besar terhadap para stakeholdersnya. Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki public demand terhadap informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Hal ini disebabkan banyaknya jumlah stakeholders pada bank syariah adalah mayoritas beragama islam dimana mereka memiliki kebutuhan pemenuhan informasi kegiatan yang ada pada tempat mereka berinvestasi. Melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial secara islami adalah cara untuk memenuhi kebutuhan spiritual perusahaan tidak hanya kepada stakeholdersnya tetapi juga kepada Allah SWT.

Faktor yang kedua adalah profitabilitas, Rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimiliki, seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya, Jenis rasio profitabilitas yang dipakai dalam penelitian ini adalah ROA. ROA merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang

digunakan dalam perusahaan. ROA berfungsi untuk mengukur efektifitas perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki. Rasio ROA juga sering dipakai untuk menilai kinerja bank secara umum. Semakin besar ROA yang dimiliki suatu perusahaan, maka semakin efisien pula penggunaan aktiva yang dimiliki perusahaan dalam mendapatkan peningkatan laba (Umiyati dan Muhammad Danis, 2018).

Febry Ramadhani (2016), menggunakan variabel ukuran perusahaan mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan *islamic social reporting*, sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting*. Windi Asmara & Safira (2016), Umiyati & Muhammad Danis (2018), memberikan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)*, sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *Islamic Social Reporting (ISR)*. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya perbedaan hasil penelitian atau menunjukkan adanya fenomena *research gap* atau temuan 8 berbeda-beda yang dilakukan oleh beberapa peneliti

Dari penelitian-penelitian terdahulu yang menguji luas pengungkapan *Islamic Social Reporting* menunjukkan adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian atau *research gap*. Adanya *research gap* dari penelitian terdahulu dan pentingnya *Islamic Social Reporting* bagi perusahaan-perusahaan khususnya perusahaan syariah dalam memenuhi ekspektasi para pemangku kepentingan, khususnya bagi para investor dan masyarakat pada umumnya,

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas, terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)* pada perusahaan yang terdaftar di JII. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 14 perusahaan yang terdaftar di JII.

METODE PENELITIAN

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel independen dalam penelitian ini adalah pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh perusahaan syariah yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) periode tahun 2018-2022. Metode pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* dengan kriteria: 1. Perusahaan Syariah yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index (JII)* tahun 2018- 2022. 2. Perusahaan yang melaporkan pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)* dalam laporan tahunannya.. 3. Perusahaan manufaktur yang memiliki data lengkap yang mengenai penerbitan ukuran perusahaan, profitabilitas dan pengungkapan *Islamic Social Reporting*

sehingga berjumlah 14 perusahaan. Metode analisis data akan dilakukan dengan bantuan program aplikasi komputer SPSS versi 26. Uji asumsi klasik dari data sekunder ini dilakukan menggunakan : uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Uji koefisien determinasi dalam penelitian dapat dilakukan dengan melihat nilai Adjusted R² serta uji t dan uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Normalitas

Pengujian normalitas dengan uji Kolmogorov Smirnov. Hasil uji Kolmogorov-Smirnov yang menunjukkan nilai Kolmogorov-Smirnov dengan signifikan sebesar 0,286 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Hasil Uji Multikolinearitas

Nilai tolerance juga menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinieritas adalah jika mempunyai nilai VIF dibawah 10. Dari semua variabel independen memiliki nilai VIF yang rendah dan jauh di bawah angka 10, dengan demikian diperoleh tidak adanya masalah multikolinieritas dalam model regresi.

Hasil Uji Heterokedastisitas

Nilai signifikansi dari regresi masing-masing variabel bebas, yaitu ukuran perusahaan (SIZE), profitabilitas (ROA) terhadap absolut residual (abs_res) adalah lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Hasil ini menunjukkan bahwa asumsi heteroskedastisitas sudah terpenuhi.

Hasil Uji autokorelasi

Pengujian diperoleh nilai D-W sebesar 2,272. Sedangkan nilai du diperoleh sebesar 1,77. Dengan demikian diperoleh bahwa nilai DW berada diantara DU yaitu 1,77 dan 4 – Du yaitu 2,23. Dengan demikian menunjukkan bahwa model regresi tersebut sudah bebas dari masalah autokorelasi.

Hasil Regrsi Berganda

Hasil perhitungan dengan menggunakan rumus regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan program komputer Statistic Package for Sosial Science (SPSS) versi 26, yaitu :

$$ISR = 0,184 + 0,010 \text{ SIZE} + 0,061 \text{ ROA} + 0,006 \text{ DER} + 0,013 \text{ KL} + e$$

Berdasarkan haasil tersebut dapat diperoleh persamaan regresi dimana variable ukuran perusahaan (SIZE), profitabilitas (ROA), memiliki koefisien dengan arah positif.

Hasil Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan dengan nilai adjusted RSquare dari model regresi digunakan untuk mengetahui besarnya indeks pengungkapan sukarela yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independennya menunjukkan bahwa bahwa koefisien determinasi yang menunjukkan nilai adjusted R² sebesar 0,302. Hal ini berarti bahwa 30,2% variasi indeks pengungkapan ISR dapat dijelaskan secara signifikan oleh variable ukuran perusahaan (SIZE), profitabilitas (ROA), sedangkan 69,8% indeks pengungkapan ISR dapat dijelaskan oleh variabel lain.

Hasil Uji Model (Uji – F)

Pengujian hipotesis uji overall model digunakan untuk melihat apakah secara keseluruhan variabel independen mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel dependen. Dari hasil pengujian dengan nilai F diperoleh sebagai berikut : nilai F = 8,477 dengan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ dimana nilai probabilitas pengujian yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama indeks pengungkapan ISR dapat dijelaskan oleh variabel ukuran perusahaan (SIZE), profitabilitas (ROA)

Hasil Uji t

Uji hipotesis menggunakan uji t, dimana uji ini pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel independen.

Pengaruh Ukuran perusahaan terhadap Pengungkapan ISR

Pengujian hipotesis 1 (H1) dalam penelitian ini adalah untuk menguji apakah ukuran perusahaan mempengaruhi Pengungkapan ISR. Hasil penelitian menunjukkan nilai t sebesar 2,859 dengan tingkat signifikan sebesar 0,006 berada lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, sehingga hasil penelitian ini mendukung hipotesis 1 (H1) yang diajukan. Dapat disimpulkan bahwa

ukuran perusahaan mempengaruhi Pengungkapan ISR.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan ISR

Pengujian hipotesis 2 (H2) dalam penelitian ini adalah untuk menguji apakah profitabilitas ROA mempengaruhi Pengungkapan ISR. Hasil penelitian menunjukkan nilai t sebesar 1,689 dengan tingkat signifikan sebesar 0,096 berada lebih besar dari $\alpha = 0,05$, sehingga hasil penelitian ini tidak mendukung hipotesis 2 (H2) yang diajukan. Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas ROA tidak mempengaruhi Pengungkapan ISR.

Pengaruh Ukuran perusahaan (SIZE) terhadap Pengungkapan ISR

Hasil penelitian ini mendapatkan bahwa ukuran perusahaan atau Size berpengaruh signifikan terhadap Islamic social reporting (ISR). Data perusahaan PP London Sumtra Indonesia Tbk. tahun 2013 memiliki ukuran perusahaan (SIZE) sebesar 29,7073 dan pengungkapan ISR sebesar 0,50000 serta data perusahaan Astra Internasional Tbk. tahun 2017 memiliki ukuran perusahaan (SIZE) sebesar 33,3202 dan ISR sebesar 0,57143. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan (SIZE), maka semakin besar pula pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR). Variabel ukuran perusahaan yang diukur dengan transformasi logaritma total asset menunjukkan rata-rata sebesar 31,2212. Nilai minimum ukuran perusahaan menunjukkan sebesar 29,7073 dan nilai maksimum menunjukkan sebesar 33,3202. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Umiyati & Muhammad Danis (2018); Rita Rosiana,dkk (2015) bahwa semakin tinggi nilai ukuran perusahaan semakin tinggi tingkat pengungkapannya terhadap *Islamic Sosial Reporting*. Yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (SIZE) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap *Islamic social reporting* (ISR).

Pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap Pengungkapan ISR

Hasil penelitian mendapatkan bahwa Profitabilitas ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap Islamic social reporting (ISR). Data perusahaan Lippo Karawaci Tbk. tahun 2015 memiliki profitabilitas (ROA) sebesar 0,0025 dan pengungkapan ISR sebesar 0,52381 serta data perusahaan Unilever Indonesia Tbk. tahun 2016 memiliki profitabilitas (ROA) sebesar 0,3816 dan ISR sebesar 0,57143. Hal ini dapat diartikan bahwa besar kecilnya profitabilitas (ROA) tidak mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). Kondisi profitabilitas yang diukur dengan Return on Asset (ROA) menunjukkan rata-rata sebesar 0,1104 atau 11,04%. Hal ini berarti bahwa perusahaan sampel rata-rata mampu

mendapatkan laba bersih sebesar 11,04% dibanding dengan total asset yang dimiliki perusahaan. Nilai ROA terendah adalah 0,0025 atau 0,25% dan ROA tertinggi adalah 0,4018 atau 40,18%. Hasil ini menggambarkan bahwa perusahaan-perusahaan sampel memiliki variasi yang besar dalam menghasilkan laba bersih. Tidak adanya pengaruh yang signifikan dari profitabilitas terhadap ISR menunjukkan bahwa profit yang tinggi ataupun rendah tidak mempengaruhi pengungkapannya terhadap ISR. Hal ini berarti perusahaan memiliki niat pengungkapan penuh tanpa melihat untung maupun rugi, Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rita Rosiana,dkk (2015) dengan argumennya menyatakan bahwa dalam pandangan islam perusahaan yang memiliki niat untuk melakukan pengungkapan penuh tidak akan mempertimbangkan apakah perusahaan tersebut untung atau rugi. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA) tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Islamic social reporting (ISR).

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan ISR. Dari hasil analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil Uji F simultan, seluruh variabel independen baik ukuran perusahaan (SIZE), profitabilitas (ROA) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR).
2. Berdasarkan hasil Uji t parsial dari ke-2 variabel independen yang ada :
 - a. Ukuran Perusahaan (SIZE) memiliki pengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR). Perusahaan dengan aset yang besar akan menyebabkan pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) yang lebih luas.
 - b. Profitabilitas (ROA) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR).

Saran

Demi kesempurnaan penelitian selanjutnya perlu diperhatikan beberapa faktor yang dapat meningkatkan validitas hasil penelitian, yaitu:

1. Bagi perusahaan yang terdaftar di JII

Perusahaan yang masuk daftar *Jakarta Islamic Index* (JII) seharusnya memiliki

kesadaran yang tinggi dalam melakukan tanggung jawab sosial secara syariah sebagai konsekuensi dari kebijakan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan LK terkait dikeluarkannya daftar nama perusahaan yang dikategorikan ke dalam Jakarta Islamic Index, sehingga dapat memperluas pengungkapan ISR.

2. Bagi investor

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan investor maupun calon investor, khususnya investor muslim dalam pengambilan keputusan investasi dengan melihat pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

3. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan dan menambah kaidah teori ilmu keuangan khususnya mengenai pengaruh ukuran perusahaan (SIZE), profitabilitas (ROA), leverage (DER) dan kinerja lingkungan (KL) terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR).

DAFTAR PUSTAKA

- Asmara, Windi & Safira. (2016). Analisis Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (Studi Empiris pada Perusahaan yang terdaftar di Daftar Efek Syariah Tahun 2012-2015). *Jurnal Profita*. 9(3). 47-61.
- Astuti, Tika. (2013). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (Studi Empiris pada Perusahaan yang terdaftar di JII Tahun 2010-2012). *Jurnal. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Astuti, Tri Puji. (2014). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) pada Bank Syariah Indonesia". *Jurnal. Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Ayu, D. F. (2010). Analisis Pengaruh Jenis Industri, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Tingkat Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) pada Perusahaan yang Masuk Daftar Jakarta Islamic Index (JII). Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Depok.
- Cowen, S., Ferrari, L. & L. Parker. (1987). "The Impact of Corporate Characteristic on Social Accounting Disclosure: A Topology and Frequency Based Analysis". *Accounting, Organisations and Society*. 12(2). 111-112.
- Dewi, I. F. K., (2012). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Dan Porsi Kepemilikan Publik Atas Saham Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting Pada Perusahaan Jakarta Islamic Index. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Fitria dan Hartanti. (2010). Islam dan Tanggung Jawab Social: Studi Perbandingan Pengungkapan Berdasarkan Global Reporting Initiative Indeks dan Islamic Social Reporting Indeks. Simposium Nasional Akuntansi XIII. Purwokerto.
- Haniffa, R. (2002). Social Reporting Disclosure – An Islamic Perspective Indonesian *Management and Accounting Research*, I(1). 128-146.
- Khoiruddin, Amirul. (2013). Corporate Governance dan Pengungkapan Islamic Social Reporting pada Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Akuntansi. Universitas Negeri*

- Semarang. Semarang.
- Maulida, A. P., Yulianto, A., Asrori. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR). SNA 17 Mataram. Lombok. Universitas Mataram.
- Nurhayati, S., & Wasilah. (2009). *Akuntansi Syariah di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Othman, R, Thani, A.M., & Ghani, E. K. (2009). Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Sharia-Approved Companies in Bursa Malaysia. *Research Journal of International Studies*, 12, 4-20.
- Othman, R., & Thani, A. M. (2010). Islamic social reporting of listed companies in Malaysia. *The International Business & Economics Research Journal*, 9(4), 135-144.
- Putri, T. K., & Yuyetta, E. N. A. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Islamic Social Reporting Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) tahun 2011-2012. *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2), 1153-1161.
- Raditya, Amilia Nurul. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) pada Perusahaan yang Masuk Daftar Efek Syariah (DES). Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, Jakarta.
- Rakhiemah, Adilla Nor & Dian Agustia. (2009). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap CSR Disclosure dan Kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". Palembang: Simposium Nasional Akuntansi XII. 2009.
- Ramadhani, Febri. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Dewan Pengawas Syariah Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (Studi Empiris pada Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2010-2014). *JOM Fekon*, 3(1). 23-40.
- Rizkiningsih, Priyesta, (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR): Studi Empiris pada Bank Syariah di Indonesia, Malaysia dan Negara-Negara Gulf Cooperation Council". Fakultas Ekonomi, Program Studi Akuntansi, Universitas Indonesia
- Rohaety, Ety, dkk. (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Aplikasi SPSS*. Jakarta; Mitra Wacana Media.
- Rosiana, R., Arifin, B., & Hamdani, M. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Islamic Governance Score Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (Studi Empiris pada Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2010-2012). *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 87-104.
- Sofyani, H., Ulum, I., Syam, D., & Wahjuni, S. (2012). Islamic social reporting index sebagai model pengukuran kinerja sosial perbankan syariah (studi komparasi Indonesia dan Malaysia). *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 4(1), 36-46.
- Taufik, dkk. (2015). Pengaruh Islamic Governance Score, Leverage dan Profitabilitas terhadap Islamic Social Reporting Index pada Bank Umum Syariah di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 2(1). 178-198.
- Widyawati, S., & Raharja, S. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Islamic Social Reporting: Perusahaan-Perusahaan yang Terdapat pada Daftar Efek Syariah Tahun 2009-2011. *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2). 1-12.