

Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Net Profit Margin Terhadap *Islamic Social Reporting* pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2017-2021

Suhailatun Nafisah^{1*}, Sri Ramadhani²⁾

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sumatera Utara

*Email korespondensi: snafisah001@gmail.com

Abstract

This study aims to determine company size, profitability, and net profit margin on Islamic Social reporting (ISR) in Islamic Commercial Bank for the 2017 – 2021. This research uses a quantitative approach. The type of data used is secondary data, namely data, obtained from the annual financial report (annual report) which is published on the official website of each bank for the period 2017 – 2021. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that partially the variabel company size and profitability have a significant effect on Islamic Social Reporting with a significant value of $0,44 < 0,05$ and $0,039 < 0,05$ while the net profit margin has No. effect on Islamic Social Reporting with a significant value of $0,117 > 0,05$. Simultaneously shows that the variable size, profitability, and net profit margin together influence Islamic Social Reporting (ISR) $0,043 < 0,05$ and the coefficient of termination is 52,5 % the rest is explained by causes other than research.

Keywords: Islamic Social Reporting, Size, Profitability, Net Profit Margin

Saran sitasi: Nafisah, S., & Ramadhani, S. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Net Profit Margin Terhadap *Islamic Social Reporting* pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2017-2021. *Jurnal ilmiah ekonomi islam*, 9(02), 2806-2814. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8786>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8786>

1. PENDAHULUAN

Di Zaman yang berkembang sekarang ini, terdapat banyak perusahaan, sehingga persaingan semakin tinggi dari satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Salah satu cara perusahaan untuk berkompetisi dalam persaingan yaitu dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial. Adanya pengungkapan tanggung jawab sosial, maka perusahaan dapat memberikan informasi kepada *stakeholder*, yang di dalamnya mengungkapkan tentang tanggung jawab perusahaan dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan di sekitarnya, sehingga dapat dijadikan pertimbangan bagi para *stakeholder* untuk berinvestasi pada perusahaan (Permatasari, 2015).

Tanggung jawab sosial perusahaan biasanya disebut dengan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Secara teoritis, CSR merupakan hal terpenting dalam etika bisnis karena suatu perusahaan tidak hanya bertanggung jawab pada kewajibannya

ekonomis dan legal terhadap investor, tetapi pihak perusahaan juga harus bertanggung jawab kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan (Azheri, 2011). Setiap perusahaan memiliki tanggung jawab sosial terhadap komunitas yang berkaitan dengan kegiatan operasional bisnisnya meliputi aspek ekonomi (*profit*), sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*) atau bisa disebut juga *triple bottom line* (3P), yang diwujudkan dalam bentuk *Corporate Social Reporting* (CSR). Hal tersebut berarti bahwa CSR adalah bentuk kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya bagi kepentingan pembangunan manusia dan lingkungan secara berkelanjutan (Ekkyanshah, 2008).

Sejauh ini pengungkapan CSR pada perbankan syariah mengacu pada *Global Reporting Initiative Indeks* (Indeks GRI). Jika melihat prinsip atau pedoman GRI yang bersifat konvensional, maka kurang tepat bila digunakan sebagai tolak ukur pengungkapan CSR pada Perbankan Syariah (Putra,

2014).

Pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan pada sistem konvensional hanya berfokus pada aspek material dan moral. Untuk itu, perlu adanya kerangka khusus untuk pelaporan pertanggung jawaban sosial yang sesuai dengan prinsip syariah, dengan menjadikan aspek *spritual* sebagai fokus utama dalam pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan karena para pembuat keputusan muslim memiliki ekspektasi agar perusahaan mengungkapkan informasi secara sukarela guna membantu dalam pemenuhan kebutuhan *spritual* mereka. Kerangka tersebut tidak hanya berguna bagi para pembuat keputusan muslim, tetapi juga berguna membantu perusahaan Islam dalam pemenuhan kewajiban terhadap Allah SWT dan Masyarakat. Kerangka ini dikenal dengan *Islamic Social Reporting (ISR)* (Haniffa, 2002).

Indeks Islamic Social Reporting (ISR) adalah suatu indeks yang mengukur tingkat pengungkapan sosial yang sesuai dengan prinsip syariah yang disampaikan perusahaan pada laporan tahunnya (Gustani, 2013). Indeks ISR ini merupakan tolak ukur pelaksanaan tanggung jawab sosial perbankan syariah yang berisi berbagai item- item standar CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang ditetapkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Finansial Institutions*) yang kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh para peneliti mengenai item-item CSR yang diungkapkan oleh suatu entitas Islam (Wulandari, 2016).

(Haniffa, 2002) mengembangkan indeks ISR berdasarkan lima tema yaitu, pendanaan dan investasi, produk dan jasa, karyawan, masyarakat dan lingkungan. Sedangkan (Othman dkk., 2009) mengembangkan Indeks ISR menjadi enam tema yaitu, pendanaan dan investasi, produk dan jasa, karyawan, masyarakat, lingkungan, dan tata kelola perusahaan. Masing - Masing tema memiliki indikator-indikator, yang seluruhnya berjumlah 43 indikator. Banyak faktor yang mempengaruhi *Islamic Social Reporting* adapun dalam penelitian ini variabel yang diduga mempengaruhi ISR yakni Ukuran perusahaan (*Size*), Profitabilitas dan *Net Profit Margin* (NPM).

Pertama Ukuran Perusahaan (*Size*), Ukuran perusahaan merupakan tingkat Identifikasi besar atau

kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan besar biasanya melakukan aktivitas yang lebih banyak dan memiliki dampak yang besar terhadap para *stakeholdernya*. Perusahaan yang berukuran besar cenderung memiliki *public demand* terhadap informasi yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang berukuran lebih kecil (Widarto, 2017). Ukuran perusahaan umumnya dibagi dalam tiga kategori, yaitu perusahaan besar (*Large firm*), perusahaan menengah (*Medium firm*), dan perusahaan kecil (*Small firm*) (Indriani, 2014) . Semakin besar ukuran perusahaan, biasanya informasi yang diberikan untuk investor dalam pengambilan keputusan mengenai investasi dalam perusahaan tersebut semakin banyak (Anggraeni & Hadiprajitno, 2013).

Kedua Profitabilitas, Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya (Inuzula, 2017). Perusahaan yang memiliki tingkat keuntungan lebih tinggi akan menarik para investor, sehingga upaya perusahaan untuk memberikan informasi yang lebih baik kepada masyarakat serta calon investornya, yaitu dengan meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosialnya, sehingga semakin tinggi tanggung jawab sosial perusahaan karena para pembuat keputusan muslim memiliki ekspektasi agar perusahaan mengungkapkan informasi secara sukarela guna membantu dalam pemenuhan kebutuhan *spritual* mereka. Kerangka tersebut tidak hanya berguna bagi para pembuat keputusan muslim, tetapi juga berguna membantu perusahaan Islam dalam pemenuhan kewajiban terhadap Allah SWT dan Masyarakat. Kerangka ini dikenal dengan *Islamic Social Reporting (ISR)* (Haniffa, 2002).

Ketiga *Net Profit Margin*, *Net Profit Margin* (NPM) adalah ukuran keuangan perusahaan dari penjualan setelah semua biaya dan pajak penghasilan. Maka dapat dikatakan apabila NPM semakin besar, maka kinerja suatu perusahaan akan semakin produktif, dan apabila NPM semakin kecil, maka suatu perusahaan memiliki kinerja yang kontra produktif. Dengan informasi dari hasil NPM ini akan mempengaruhi calon Investor untuk berinvestasi pada perusahaan (Sitorus & Mangoting, 2014).

Tabel 1.

Data Ukuran Perusahaan (Size), Profitabilitas (ROA), Net Profit Margin (NPM) dan Islamic Social Reporting (ISR) pada 3 Bank Umum Syariah Pada Tahun 2017-2021

No.	BANK	TAHUN	SIZE	ROA	NPM	ISR
1	Bank Mega Syariah	2017	15,77	1,56	11,35	53%
		2018	15,81	0,93	7,59	53%
		2019	15,90	0,89	6,93	53%
		2020	16,00	1,74	15,26	46%
		2021	16,46	4,08	-4,75	51%
2	Bank Muamalat Indonesia	2017	17,94	0,11	6,72	51%
		2018	17,86	0,08	1,28	51%
		2019	17,74	0,05	0,55	51%
		2020	17,75	0,03	1,21	51%
		2021	17,89	0,02	9,17	51%
3	Bank BCA Syariah	2017	15,60	1,2	3,00	53%
		2018	15,77	1,2	14,83	51%
		2019	15,97	1,2	10,77	51%
		2020	16,09	1,1	14,25	53%
		2021	16,18	1,1	13,32	55%

Sumber : data diolah dari laporan keuangan tahun 2017 -2021

Berdasarkan tabel 1 dapat disimpulkan bahwa setiap tahun perkembangan ukuran perusahaan bank tersebut mengalami peningkatan, tetapi pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) relatif tergolong kecil dan pertumbuhannya pun bergerak secara lambat. Hal ini terlihat pada Bank Mega Syariah yang setiap tahunnya mengalami peningkatan ukuran perusahaan namun pengungkapan ISR masih tergolong kecil dan mengalami fluktuatif. Pada tahun 2017-2019 pengungkapan ISR sebesar 53% namun ditahun 2020 mengalami penurunan sebesar 46% sedangkan pada tahun 2020 ukuran perusahaan mengalami peningkatan dan pada tahun 2021 pengungkapan ISR mengalami peningkatan. Sedangkan Profitabilitas (ROA) terjadi kenaikan di setiap tahunnya dan NPM mengalami penurunan di tahun 2017-2019 dan di tahun 2020 terjadi kenaikan yang signifikan yaitu 15,26% namun tidak di ikutin kenaikan pengungkapan ISR.

Kemudian dapat dilihat pada Bank Muamalat Indonesia, Profitabilitas dari tahun 2017-2021 mengalami peningkatan terus menerus. Sedangkan ukuran perusahaan di tahun 2017-2020 cenderung mengalami penurunan dan ISR mengalami ke stabilitas yaitu 51% di setiap tahunnya. Selanjutnya ada Bank BCA Syariah, Ukuran perusahaan mengalami kenaikan sebesar 16,18 % di tahun 2021. Begitu pun pengungkapan ISR pada tahun 2018-2019 terjadi penurunan dan pada tahun 2020-2021 terjadi kenaikan sebesar 2%. Dan NPM mengalami

penurunan di tahun 2021 sebesar 13,32%.

Sebelumnya telah banyak dilakukan penelitian untuk menguji faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* antara lain,(Inuzula, 2017) hasil penelitiannya menunjukkan *size* tidak memiliki peran yang signifikan dalam pengungkapan Islamic Social Reporting, sedangkan Profitabilitas dan Dewan Pengawas Syariah memiliki pengaruh yang signifikan dalam pengungkapan *Islamic Social Reporting*. (Rahmadani dkk., 2020) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, *leverage* dan dewan pengawas syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* sedangkan Profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. (Baiquni, 2018) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* sedangkan profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

(Othman dkk., 2009) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, dan komposisi dewan pengurus berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* sedangkan tipe industri tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. (Nia Faradilla, 2018) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Good Corporate

Governance yang terdiri dari ukuran dewan direksi, ukuran komite audit berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* sedangkan ukuran dewan komisaris, ukuran dewan pengawas syariah, kepemilikan institusional kepemilikan manajerial dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Berdasarkan beberapa peneliti diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lanjutan. Adapun yang membedakan penelitian kali ini dengan penelitian lainnya terletak pada variabel independent, objek yang diteliti dan periode tahun yang diteliti. Sedangkan persamaan penelitian ini dengan penelitian lainnya terletak pada variabel dependent yaitu *Islamic Social Reporting*.

Ukuran Perusahaan (Size)

Ukuran Perusahaan (*Size*) menunjukkan seberapa besar perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki. Semakin besar total aset maka menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja baik dalam jangka waktu yang relatif panjang. Hal ini juga menggambarkan bahwa perusahaan lebih stabil dan lebih mampu dalam menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan dengan total aset yang kecil (Mayasari, 2014). Ukuran Perusahaan adalah total aset per tahun pada perusahaan yang dapat menunjukkan bahwa perusahaan tersebut besar, menengah, kecil. Semakin besar ukuran perusahaan, biasanya dapat memberikan informasi semakin banyak untuk menarik minat investor untuk mengambil keputusan dalam berinvestasi (Istiani, 2015).

Perusahaan dapat di klarifikasikan sebagai perusahaan besar atau kecil dilihat dari indikator yang mempengaruhi yaitu total aset, nilai pasar saham, total pendapatan dan lainnya (Suwito & Herawaty, 2012). Penelitian ini menggunakan indikator total aset. Aset adalah sebagai suatu sumber laba ataupun penghasilan atas usaha sendiri di mana mempunyai karakteristik dapat memberikan jasa ataupun manfaat dimasa yang akan datang (Abdi, 2017). Ukuran perusahaan dapat diukur dengan natural logaritma dari total aktiva yang diformulasikan dengan rumus sebagai berikut:

Ukuran perusahaan (Size) = Ln (Total Aset)

Profitabilitas

Menurut (Inuzula, 2017) profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan jumlah cabang dan sebagainya. Dengan

demikian, profitabilitas dapat diartikan hasil bersih dari laba yang didapatkan oleh perusahaan yang dari hasil tersebut perusahaan akan mengungkapkan informasi sesuai dengan hasil laba tersebut, maka jika profitabilitas perusahaan tinggi maka informasi yang diungkapkan perusahaan lebih baik dari pada perusahaan yang memiliki profitabilitas rendah. kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki.

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

Net Profit Margin (NPM)

Menurut Bastian dan Suhardjono dalam Mentari (2017) *Net Profit Margin* adalah perbandingan antara laba bersih dengan penjualan. (Lukman, 2009), NPM adalah pengukuran antara laba bersih yaitu penjualan sesudah dikurangi dengan seluruh expense termasuk pajak dibandingkan dengan penjualan. Semakin tinggi NPM, semakin baik operasi suatu perusahaan. Maka dapat dikatakan *Net Profit Margin* (NPM) merupakan suatu pengukuran perbandingan antara keuntungan yang didapat setelah pajak dan penjualan bersih yang didapat. Adapun rumus yang dipakai untuk memperoleh NPM sebagai berikut :

$$\text{Net Profit Margin (NPM)} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan bersih}} \times 100\%$$

Islamic Social Reporting (ISR)

Secara khusus indeks ISR adalah perluasan dari *Islamic Social Reporting* yang meliputi harapan masyarakat mengenai peran perusahaan yang tidak hanya dalam perekonomian, tetapi juga peran perusahaan dalam perspektif spiritual. Selain itu, Indeks ISR juga menekankan pada keadilan sosial terkait pelaporan mengenai lingkungan, hak minoritas, dan karyawan. Bentuk akuntabilitas dan transparansi merupakan tujuan dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan secara syariah. Bukan hanya tanggung jawab kepada para pemangku kepentingan tetapi juga secara khusus terhadap Allah SWT dan kepada masyarakat pada umumnya.

Masyarakat juga berhak mengetahui informasi yang relevan mengenai perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Oleh karena itu, akuntabilitas dan transparansi menjadi poin penting dalam Indeks ISR. Indeks ISR adalah poin-poin pengungkapan yang digunakan sebagai indikator dalam pelaporan kinerja sosial institusi bisnis syariah. Pada awalnya pembentukannya, Indeks ISR hanya berisikan lima tema yang dikembangkan dalam penelitian (Haniffa, 2002) dalam pengungkapan

Indeks ISR, yaitu Pembiayaan dan Investasi, Produk dan Jasa, Karyawan, Masyarakat, dan Lingkungan. Kemudian dikembangkan lagi oleh (Othman dkk., 2009) Pada tabel 2 menambahkan dengan satu tema yaitu Tata Kelola Perusahaan.

Tingkat Pengungkapan =

$$\frac{\text{Jumlah Pengungkapan yang dipenuhi}}{\text{Jumlah skor maksimum}} \times 100\%$$

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini masuk dalam kategori penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan data berupa angka dan pernyataan yang dapat dinilai dan dianalisis dengan analisis statistik (Sugiyono, 2013). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah 12 Bank Umum Syariah di Indonesia. Sedangkan sampel yang digunakan pada penelitian yaitu 7 Bank Umum Syariah di Indonesia dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Bank Umum Syariah yang terdaftar di BI atau OJK (Per Des 2021)
- b. Bank Umum Syariah yang menerbitkan laporan tahunan perusahaan selama 5 tahun (2017-2021) dan dipublikasi di laman atau website Perusahaan.
- c. Bank Umum Syariah yang mengungkapkan laporan ISR pada annual report masing-masing website bank umum syariah.

Tabel 2.

Daftar Bank Umum Syariah yang dijadikan sampel

No.	Kode	Nama Bank Umum Syariah
1	BMI	Bank Muamalat Indonesia
2	BJBS	Bank Jabar Banten Syariah
3	BMS	Bank Mega Syariah
4	BPS	Bank Panin Syariah
5	BCAS	Bank Central Asia Syariah
6	BTPNS	Bank Tabungan Pensiun Nasional Syariah
7	BSB	Bank Syariah Bukopin

Sumber : data sekunder diolah

Dari tabel 2 diatas, terdapat 7 BUS yang menjadi sampel akhir penelitian yang memenuhi kriteria diatas. Adapun yang tidak memenuhi kriteria sampel berjumlah 5 Bank Umum Syariah yaitu Bank Syariah Indonesia, Bank Aladin, Bank Victory Syariah, Bank Aceh Syariah, dan Bank BPD Nusa tenggara Barat.

Sedangkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data sekunder, yaitu

berupa angka-angka yang terdapat di Laporan tahunan Bank Umum Syariah di Indonesia periode 2017-2021, sumber data penelitian ini diperoleh dari website resmi masing-masing seluruh Bank Umum Syariah di Indonesia. Analisis data pada penelitian ini menggunakan statistik, yaitu untuk mengolah data maka teknik yang digunakan ada 2 macam yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial.

Analisis data ini menggunakan statistik, yaitu menggunakan uji regresi linear berganda, yaitu digunakan untuk membuktikan kebenaran dari hipotesis penelitian (Rahmani, 2016). Adapun persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

- Y = Variabel terikat (Islamic Social Reporting)
- a = Koefisien konstantan
- X1, X2, X3 = Variabel Bebas (Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Net Profit Margin)
- b1,2,3 = Besaran Koefisien Regresi Masing-Masing Variabel
- e = Error

Sedangkan untuk metode analisis data peneliti menggunakan metode analisis data yaitu : 1 Statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Kemudian uji hipotesis yang terdiri dari 1 uji parsial (Uji T) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, 2 uji simultan (Uji F) bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen yaitu size, roa dan npm terhadap variabel dependen yaitu ISR dengan tingkat sig 0,05 (5%), 3 uji koefisien determinasi (Uji R²) bertujuan untuk mengukur seberapa luas kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat dengan nilai R² adalah 0-1, dan 4 regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas yaitu ukuran perusahaan (size) (X1), profitabilitas (ROA) (X2), Net Profit Margin (NPM) (X3) terhadap variabel terikat yaitu pengungkapan ISR (Y).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Deskriptif Data Penelitian

Berdasarkan pada tabel 3 dibawah, Variabel ukuran perusahaan (size) mempunyai nilai minimum sebesar 15,47% ditahun 2020 pada Bank Syariah Bukopin dan nilai maximum nya sebesar 19,15%

ditahun 2018 pada Bank Panin Syariah dengan mean dari tahun 2017-2021 sebesar 16,36%. Variabel Profitabilitas mempunyai nilai minimum sebesar -10,77 ditahun 2017 pada Bank Panin Syariah dan nilai maximum sebesar 10,72% di tahun 2021 pada Bank Tabungan Pensiun Nasional Syariah dengan nilai mean dari tahun 2017-2021 diperoleh sebesar 0,35%. Variabel *Net Profit Margin* mempunyai nilai minimum sebesar -320,40% pada Bank Syariah

Bukopin dan nilai maximum sebesar 113,56% di tahun 2017 pada Bank Mega Syariah dengan mean dari tahun 2017-2021 sebesar -6,43%. Selanjutnya Variabel *Islamic Social Reporting* mempunyai nilai minimum sebesar 46,51% di tahun 2020 pada Bank Central Asia Syariah dan nilai maximum sebesar 58,13 % di tahun 2020 pada Bank Syariah Bukopin dengan nilai mean dari tahun 2017-2021 sebesar 52,66%.

Tabel 3
Hasil Analisis Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ukuran Perusahaan (Size)	35	15,47	19,15	16,3677	,85875
Profitabilitas (ROA)	35	-10,77	10,72	,3574	3,52601
Net Profit Margin (NPM)	35	-320,40	113,56	-6,4317	66,28853
Islamic Social Reporting (ISR)	35	46,51	58,13	52,6629	2,21987
Valid N (listwise)	35				

Sumber : SPSS 25 diolah tahun 2023

3.2. Uji Normalitas

Dari hasil tabel 4 di bawah. pengujian normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test mengungkapkan bahwa nilai Asymp.Sig.(2-tailed) sebesar 0,135. Maka nilai sig 0,135 > 0,05. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal karena nilai hasil uji normalitas lebih besar dari nilai standardized yaitu 0,05.

Tabel 4.

Hasil Uji Normalitas Menggunakan Uji Statistik
Kolmogonov-Smirnov

N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,000000
	Std. Deviation	2,09927609
Most Extreme Differences	Absolute	,131
	Positive	,131
	Negative	-,113
Test Statistic		,131
Asymp. Sig. (2-tailed)		,135 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

3.3. Uji Multikolinearitas

Tabel 5.

Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Ukuran Perusahaan (Size)	,991	1,009
	Profitabilitas (ROA)	,761	1,314
	Net Profit Margin (NPM)	,758	1,320

a. Dependent Variable: Islamic Social Reporting (ISR)

Dari tabel 5 hasil pada *coefficients* pada pengungkapan bahwa ketiga variabel independen ukuran perusahaan (size), Profitabilitas (ROA), dan *Net Profit Margin* (NPM) menunjukkan angka VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1. Hal ini ditunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan (size) diperoleh nilai VIF sebesar 1,009 < 10 dan nilai *tolerance* sebesar 0,991 > 0,10. Variabel ROA diperoleh nilai VIF sebesar 1,314 < 10 dan nilai *tolerance* sebesar 0,761 > 0,10. Dan Variabel NPM diperoleh nilai VIF sebesar 1,320 < 10 dan nilai *tolerance* sebesar 0,758 > 0,10. Maka dari itu, disimpulkan model regresi dalam penelitian ini tidak terkena masalah multikolinearitas.

3.4. Uji Antokorelasi

Tabel 6.

Hasil Uji Antokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Squar	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,725 ^a	,525	,497	,02198	1,325

a. Predictors: (Constant), Net Profit Margin (NPM), Ukuran Perusahaan (Size), Profitabilitas (ROA)

b. Dependent Variable: Islamic Social Reporting (ISR)

Pada tabel 6 mengungkapkan bahwa nilai DW (Durbin-Watson) sebesar 1,325. Hasil nilai yang didapat akan dibandingkan dengan nilai pada tabel Durbin Watson menggunakan tingkat signifikansi 5%, dengan total sampel berjumlah N=35 dan K=3 yaitu

seluruh variabel bebas. Berdasarkan tabel DW diperoleh nilai $dl = 1,2833$, $DU = 1,6528$ dan nilai $4 - DU = 2,3472$. Jadi nilai $4 - DU > DU$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi

3.5. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel 7 di bawah ini, mengungkapkan bahwa hasil dari pengujian

heteroskedastisitas dengan uji *Glejser* menunjukkan nilai $sig > 0,05$ yaitu sebesar $0,985 > 0,05$ untuk variabel ukuran perusahaan (X_1), Variabel Profitabilitas (X_2) sebesar $0,594 > 0,05$ dan Variabel *Net Profit Margin* (X_3) adalah sebesar $0,591 > 0,05$. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pada penelitian ini terbebas dari gejala Heteroskedastisitas.

Tabel 7.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,651	4,895		1,359	,184		
	Ukuran Perusahaan (Size)	-,315	,299	-,187	-1,054	,300	,985	1,016
	Profitabilitas (ROA)	,022	,094	,053	,231	,819	,594	1,684
	Net Profit Margin (NPM)	,001	,005	,034	,150	,881	,591	1,691

a. Dependent Variable: ABS_RES

3.6. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 8.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,659	,067		9,811	,000
	Ukuran Perusahaan (Size)	,821	,410	,318	2,004	,044
	Profitabilitas (ROA)	,176	,081	,391	2,161	,039
	Net Profit Margin (NPM)	-,010	,006	-,292	-1,614	,117

a. Dependent Variable: Islamic Social Reporting (ISR)

Berdasarkan uji hipotesis regresi linear berganda pada tabel 4.5 diatas menunjukkan Nilai konstanta 0,659 menyatakan bahwa jika semua variabel bebas seperti ukuran perusahaan (*Size*) (X_1), *profitabilitas* (ROA) (X_2), dan *net profit margin* (NPM) (X_3) memiliki nilai *konstantan* 0 maka nilai variabel terikat yakni ISR sebesar 0,659 , Nilai koefisien ukuran perusahaan (*Size*) (X_1) sebesar 0,821 artinya setiap penambahan variabel *size* sebesar 1% apabila variabel lain dianggap konstan maka ISR akan meningkat sebesar 0,821. Nilai koefisien *profitabilitas* (ROA) (X_2) sebesar 0,176 artinya setiap penambahan variabel ROA sebesar 1% apabila variabel lain dianggap konstan maka ROA akan meningkat sebesar 0,176. Nilai koefisien *net profit margin* (NPM) (X_3) sebesar -0,010 artinya setiap penambahan variabel *Net Profit Margin* sebesar 1% apabila variabel lain dianggap konstan maka NPM akan meningkat sebesar -0,010.

Adapun persamaan regresinya berdasarkan hasil uji regresi linear berganda diatas adalah:

$$Y = 0,659 + 0,821 (X_1) + 0,176 (X_2) - 0,010 (X_3) + e$$

3.7. Uji T (Uji Secara Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi pada ukuran perusahaan, *profitabilitas*, dan *net profit margin* signifikan terhadap nilai *Islamic Social Reporting*. Sebelum menyimpulkan hipotesis yang diterima atau ditolak, terlebih dahulu menentukan t_{tabel} dengan signifikansi 5% berdasarkan uji 2 sisi dan derajat bebas (df) $n-1$ atau $35-1 = 34$. Dengan pengujian 2 sisi tersebut hasil yang diperoleh untuk t_{tabel} adalah 1,69552. Hasil dalam pengujian ini dapat dilihat pada tabel 4.5.

Dari hasil uji signifikan parametrik individual (uji t) pada variabel Ukuran Perusahaan (*size*) menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 2,004, artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,004 > 1,69552$) serta nilai sig. $0,044 < 0,05$. Dari hasil tersebut menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan ukuran perusahaan terhadap *Islamic Social Reporting*. Semakin tinggi ukuran perusahaan maka akan semakin banyak pengungkapan *Islamic Social Reporting* Maka H_{a1} Diterima H_{01} di tolak. Variabel

Profitabilitas (ROA) menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 2,161 artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,161 > 1,69552$) dengan nilai signifikansi ($0,039 < 0,05$). Dari hasil tersebut menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan Profitabilitas terhadap *Islamic Social Reporting* Maka H_{a2} diterima H_{02} ditolak. Variabel *Net Profit Margin* (NPM) menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 1,614 artinya t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($-1,614 < 1,69552$) dengan nilai signifikansi ($0,117 > 0,05$) dari hasil tersebut menunjukkan *Net Profit Margin* tidak ada pengaruh signifikan antara variabel NPM dengan *Islamic Social Reporting* Maka H_{03} diterima dan H_{a3} Ditolak.

3.8. Uji F (Uji Secara Simultan)

Tabel 9. Hasil Uji F (Uji Secara Simultan)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	38,313	3	12,771	3,063	,043 ^b
Residual	129,233	31	4,169		
Total	167,546	34			

a. Dependent Variable: Islamic Social Reporting (ISR)

b. Predictors: (Constant), Net Profit Margin (NPM), Ukuran Perusahaan (Size), Profitabilitas (ROA)

Pada penelitian ini terdapat jumlah sampel 35 dan total keseluruhan variabel 4, maka untuk dfl adalah $4 - 1 = 3$ sedangkan untuk df2 adalah $35 - 4 = 31$ serta tingkat signifikansi sebesar 5% sehingga diperoleh F_{tabel} sebesar 2,91. Terlihat pada tabel 4.6 hasil pengujian dari uji F yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $3,063 > 2,91$ dan nilai sig $< 0,05$ maka $0,043 < 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa pada uji F maka H_{a4} diterima dan H_{04} ditolak. Hal ini berarti secara simultan ukuran perusahaan (size), profitabilitas (ROA), dan *net profit margin* (NPM) berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Ini terjadi dikarenakan ketiga variabel independen saling berkaitan dan memiliki hubungan, dimana apabila keseluruhan variabel independen digabung maka secara simultan akan mempengaruhi ISR.

3.9. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 10. Hasil Uji F (Uji Secara Simultan)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,725 ^a	,525	,497	,02198

a. Predictors: (Constant), Net Profit Margin (NPM), Ukuran Perusahaan (Size), Profitabilitas (ROA)

b. Dependent Variable: Islamic Social Reporting (ISR)

Pada tabel 10. menunjukkan bahwa nilai R Square yaitu sebesar 0,525 atau 52,5%. Hal ini berarti pengaruh antara variabel bebas yaitu ukuran perusahaan (size), Profitabilitas (ROA), *Net Profit Margin* (NPM) terhadap variabel terikat yaitu pengungkapan *Islamic Social Reporting* sebesar 52,5% sedangkan sisanya 47,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model dalam penelitian ini.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan uraian yang dilakukan dalam peneliti ini, peneliti memperoleh kesimpulan yaitu :

- a. Berdasarkan uji parsial Ukuran Perusahaan yang diukur dengan total aset perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu ($2,004 > 1,69552$) dengan nilai signifikan $0,044 < 0,05$.
- b. Berdasarkan Uji Parsial Profitabilitas yang diukur dengan Return On Aset (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu ($2,161 > 1,69552$) dengan nilai signifikan $0,039 < 0,05$.
- c. Berdasarkan Uji Parsial *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu ($-1,614 < 1,69552$) dengan nilai signifikan $0,117 > 0,05$.
- d. Variabel ukuran perusahaan, Profitabilitas, dan Net Profit Margin secara simultan atau secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Islamic Social Reporting dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu ($3,063 > 2,91$) dan nilai signifikan $0,043 < 0,05$.

5. DAFTAR PUSTAKA

Abdi, S. (2017). Analisis Rencana Investasi Aktiva Tetap Terhadap Perluasan Usaha Pada Pt. Taspri Trd Coy Di Kota Makassar. *Idaarrah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(2).

Anggraeni, R. M., & Hadiprajitno, B. (2013). Pengaruh Struktur Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan, Dan Praktik Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 754-766.

Azheri, B. (2011). *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Rajagrafindo Persada.

- Ekkyanshah. (2008). Membangun Program Csr Yang Seimbang. *Akuntan Indonesia*, Vol 12, No.28, 33–35.
- Gustani. (2013). *Analisis Tingkat Pengungkapan Kinerja Sosial Bank Syariah Berdasarkan Islamic Social Reporting Index (Indeks Isr)*. Program Studi Akuntansi Syariah.
- Haniffa, R. (2002). Social Reporting Disclosure: An Islamic Perspective. *Indonesian Management & Accounting Research*, 1(2), 128–146.
- Haris Fifta Putra. (2014). Analisis Pelaksanaan Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Perbankan Syariah Di Indonesia Berdasarkan Indeks Islamic Social Reporting (Isr). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb Universitas Brawijaya*, Vol 3(No.1), 1–12.
- Indriani, T. D. W. (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Solvabilitas, Jenis Industri Dan Ukuran Kantor Akuntan Publik Terhadap Audit Delay (Studi Kasus Pada Perusahaan Indeks Lq 45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013). *Skripsi.Uny, Yogyakarta*.
- Inuzula, L. (2017). Pengaruh Size, Profitabilitas, Dan Dewan Pengawas Syariah Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Jurnal Kebangsaan*, 6(11), 26–32.
- Istiani, F. (2015). *Pengaruh Ukuran Bank, Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting*.
- Lukman, S. (2009). *Manajemen Keuangan Perusahaan. Edisi Baru*. Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada.
- Mayasari, G. (2014). Pengaruh Corporate Governance. Profitabilitas Dan Karakteristik Eksekutif Terhadap Tax Avoidance Perusahaan Manufaktur, *E-Jurnal Universitas Udayana*, Issn, 2302–8556.
- Nia Faradilla. (2018). *Pengaruh Good Corporate Governance Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia*.
- Othman, R., Thani, A. M., & Ghani, E. K. (2009). Determinants Of Islamic Social Reporting Among Top Shariah Approved Companies In Bursa Malaysia. *Research Journal Of International Studies*, 12(12), 4–20.
- Rahmadani, F. N. U., Muda, I., & Abubakar, E. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Manajemen Laba Terhadap Penghindaran Pajak Dimoderasi Oleh Political Connection. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2), 375–392.
- Rahmani, N. A. B., & Ahmadi, N. (2016). Metodologi Penelitian Ekonomi. *Medan: Press Febi*.
- Sitorus, G. C. T., & Mangoting, Y. (2014). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profit Perusahaan Consumer Goods Di Indonesia Tahun 2010-2012. *Tax & Accounting Review*, 4(1), 190.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Suwito, E., & Herawaty, A. (2012). *Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Tindakan Perataan Laba Yang Dilakukan Oleh Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta*.
- Umiyati, U., & Baiquni, M. D. (2018). Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Islamic Social Reporting Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 6(1), 85–104.
- Vina, S. P. (2015). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Ukuran Dewan Direksi Terhadap Indeks Islamic Social Reporting Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Jakarta Islamic Index Tahun 2011-2013*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga.
- Widarto. (2017). *Islamic Social Reporting (Isr) (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Daftar Efek Syariah Tahun 2015)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Wulandari, R. (2016). Pengukuran Kinerja Sosial Perbankan Syariah Di Indonesia Melalui Islamic Social Reporting Index (Isr). *Bengkulu: Universitas Bengkulu*.