

The Influence Of Leverage, Company Size, Company Growth, Profitability, And Cost Efficiency On The Disclosure Of Islamic Social Reporting (Empirical Study on Islamic Commercial Banks in Indonesia 2018-2022)

Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, dan Efisien Biaya (Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Tahun 2018-2022)

Astrid Maya Ramadhani^{1*}, Lintang Kurniawati²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta^{1,2}

astridmayar12@gmail.com¹, lk123@ums.ac.id²

*Corresponding Author

ABSTRACT

This research aims to investigate the impact of leverage, company size, company growth, profitability, and cost efficiency on the disclosure of Islamic Social Reporting (ISR) in the annual report of Islamic Commercial Banks in Indonesia for the period 2018-2022. The research variable data obtained consists of secondary data pertaining to leverage, firm size, corporate growth, profitability, cost efficiency, and the Islamic Social Reporting (ISR) index. The purposive sampling technique was used to choose the sample. Data analysis is conducted using classical assumption tests and descriptive statistical, including normality, heteroscedasticity testing, multicollinearity testing and autocorrelation testing. The model feasibility test comprises the coefficient determination test, f test, and t test. The findings from the multiple regression analysis indicate that the size of a corporation has a notable impact on the extent to which Islamic Commercial Banks in Indonesia disclose ISR during the period of 2018-2022. The determinants of leverage, corporate growth, profitability, and cost efficiency do not exert a substantial impact on the disclosure of ISR at Islamic Commercial Banks (BUS) in Indonesia throughout the period from 2018 to 2022.

Keywords : *Leverage, Company Size, Company Growth, Profitability, Islamic Social Reporting*

ABSTRAK

Pada penelitian ini mencoba untuk menguji pengaruh *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan efisiensi biaya terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada laporan tahunan Bank Umum Syariah di Indonesia periode 2018-2022. Data variabel penelitian yang diperoleh terdiri dari data sekunder yang berkaitan dengan *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, efisiensi biaya, dan indeks *Islamic Social Reporting* (ISR). Teknik *purposive sampling* digunakan dalam pemilihan sampel. Analisis data dilakukan dengan yang digunakan analisis statistik deskriptif dan uji asumsi klasik, terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi. Uji kelayakan model meliputi koefisien determinasi, uji f, dan uji t. Temuan dari analisis regresi berganda membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) pada Bank Umum Syariah di Indonesia selama periode 2018-2022. Determinan *leverage*, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan efisiensi biaya tidak memberikan pengaruh yang berarti pada *Islamic Social Reporting* (ISR) pada Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia selama periode 2018-2022.

1. Pendahuluan

Kelangsungan hidup jangka panjang sebuah perusahaan tidak bergantung pada pendapatan keuangannya, namun juga pada kapasitasnya untuk menjunjung tinggi hubungan yang harmonis dengan konteks masyarakat dimana perusahaan tersebut beroperasi. *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengacu pada tindakan-tindakan yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat secara umum. Hal ini didasari bahwa sebuah perusahaan tidak dapat berdiri dan berkembang sendiri tanpa adanya dukungan dari

pihak lain. Oleh sebab itu, perusahaan harus memasukkan tanggung jawab sosial ke dalam prosedur produksinya.

Corporate Social Responsibility mengacu pada komitmen perusahaan untuk menjalankan operasinya dengan memperhatikan aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan, serta menghormati para pemangku kepentingan meliputi konsumen, investor, karyawan, mitra bisnis, masyarakat setempat, lingkungan hidup, dan masyarakat umum. *Corporate Social Responsibility* mengandung pengertian bahwa perusahaan harus memprioritaskan lebih dari sekadar kesehatan keuangan mereka, yang diukur dengan *single bottom line*. Konsep *triple bottom line* harus menjadi dasar bagi tanggung jawab perusahaan, yang memprioritaskan tidak hanya keuntungan finansial tetapi juga kapasitas untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan lingkungan. Perusahaan harus memperhitungkan dampak sosial dan lingkungan, karena hanya mengandalkan pertimbangan finansial tidak akan cukup untuk menjamin nilai dan kelangsungan hidup jangka panjang.

Umumnya, bank-bank syariah di Indonesia memprioritaskan kegiatan sosial sebagai fokus utama upaya CSR perusahaan. kegiatan sosial ini mencakup pemberian bantuan kepada anak yatim piatu, memberikan donasi zakat, memberikan bantuan kepada para korban bencana, menanam biji pohon muda, memberikan dukungan untuk dalam bidang pendidikan, dan menawarkan bantuan kesehatan bagi masyarakat (Ahzar & Trisnawati, 2013). Seiring dengan peningkatan CSR dalam konteks Islam, semakin banyak pula dorongan untuk membuat laporan sosial yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Di Indonesia, perbankan syariah diharapkan untuk mencerminkan dimensi agama dalam pengungkapan laporan tanggung jawab sosial mereka, dengan tujuan memberikan manfaat kepada pelanggan dan pihak terkait. Oleh karena itu, diperlukan panduan untuk menilai sejauh mana perbankan syariah mematuhi konsep syariah dalam laporan CSR mereka. Dalam konteks ini, tingkat kesesuaian dalam memenuhi kewajiban perusahaan dengan prinsip syariah dapat diukur melalui penggunaan indeks *Islamic Social Reporting (ISR)*.

ISR atau *Islamic Social Reporting* adalah untuk memberikan informasi tentang isu-isu sosial terkait operasional lembaga keuangan Islam dari sudut pandang Islam (Haniffa, 2002). Sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala dan meningkatkan transparansi pengelolaan perusahaan dihadapan masyarakat muslim, merupakan sebuah proses yang selaras dengan keperluan informasi bagi para pengambil keputusan.

ISR dalam bisnis memiliki tujuan sebagai sarana akuntabilitas kepada Allah dan masyarakat, meningkatkan transparansi dalam operasi bisnis dengan menyebarkan informasi terkait sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, dan mempertimbangkan kepatuhan syariah atau kebutuhan spiritual investor Muslim ketika mengambil keputusan. Perbankan syariah merupakan salah satu entitas komersial yang operasionalisasi sesuai dengan prinsip syariah.

Pengungkapan ISR pada bank umum syariah dipengaruhi oleh tingkat rasio *leverage*. *Leverage* merupakan indikator kuantitatif yang digunakan untuk menilai sejauh mana. *Leverage* berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting*, dimana perusahaan harus menerapkan dan mengungkapkan *Islamic Social Reporting* secara luas untuk mempertahankan citra yang kuat dan menguntungkan dimata stakeholder (Mias & Alawiyah Tuti, 2020).

Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (Meliana et al., 2022). Hal ini dapat diartikan sebagai perluasan aset perusahaan yang berfungsi sebagai pengukuran nilai perusahaan, yang mungkin berdampak pada pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Pengaruh ukuran perusahaan pada pengungkapan *Islamic Social Reporting* menunjukkan bahwa semakin meningkat yang diungkapkan suatu perusahaan, maka semakin berkualitas pula perusahaan tersebut.

Pertumbuhan dalam sebuah perusahaan dapat menjadi tanda peningkatan kinerja keuangan. Pertumbuhan adalah aspek penting yang diperhitungkan oleh para investor ketika memilih perusahaan untuk berinvestasi. Perusahaan dengan pertumbuhan yang lebih besar

akan mengambil lebih banyak kewajiban perusahaan, sehingga memperluas pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Profitabilitas tidak mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Perusahaan berpendapat bahwa terlepas dari situasi keuangan yang mengalami laba atau rugi, perusahaan akan terus melakukan dan melaporkan *Islamic Social Reporting* untuk mendapatkan kredibilitas diantara stakeholders (Meliana et al., 2022). Hal ini bertentangan dengan penelitian (Rostiani & Sukanta, 2019) menunjukkan bahwa perusahaan dengan laba yang lebih tinggi akan membagikan lebih banyak informasi kepada investor mereka sebagai bentuk transparansi dan akuntabilitas.

Efisiensi biaya adalah aspek terakhir yang mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* dalam penelitian ini. Efisiensi biaya adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk secara efektif mengelola biaya operasionalnya relatif terhadap laba operasionalnya. Efisiensi biaya dapat berdampak pada tingkat ISR jika perusahaan menghasilkan uang yang lebih baik dibandingkan dengan biaya yang akan dikeluarkan. Akibatnya, operasi perusahaan menghasilkan laba. Jika perusahaan mencapai laba yang tinggi, manajemen akan mengalokasikan sumber daya untuk menyebarluaskan informasi *Islamic Social Reporting* secara ekstensif dan komprehensif.

Peneliti terdorong untuk meneiti sejauh mana bank umum syariah di Indonesia mengungkapkan tanggung jawab dan mematuhi norma-norma Islam dalam *Islamic Social Reporting*. Oleh karena itu, peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian apakah *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan efisien biaya berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

2. Tinjauan Pustaka

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Agency theory memiliki definisi teori tentang struktur kepemilikan bisnis yang dijalankan oleh manajemen non-pemilik yang didasarkan pada gagasan bahwa manajer profesional tidak selalu merupakan agen terbaik bagi pemilik bisnis dan tidak selalu berperilaku demi kepentingan mereka (Safiq & Liasari, 2021). Teori keagenan menguraikan bahwa manajer akan menyampaikan informasi lebih rinci apabila mendapatkan profit yang tinggi dengan tujuan mendapat keuntungan individu, seperti kenaikan pangkat jabatan dan kompensasi. Apabila manajer tidak mengungkapkan informasi dengan transparan (menyembunyikan alasan mengapa laba perusahaan mengalami penurunan) maka dikatakan posisi perusahaan mengalami profit yang menurun.

Teori Legitimasi

Teori Legitimasi artinya pengaruh metode pengembangan bisnis untuk perusahaan yang berkelanjutan. Legitimasi mengambil posisi dalam masyarakat ketika membuat rencana bisnis. Masyarakat yang menerima perusahaannya akan membantu kelangsungan hidup dan pertumbuhannya.

Islamic Social Reporting (ISR)

Islamic Social Reporting merupakan sebuah ekstensi dari pelaporan sosial yang mengambil perspektif spiritual dengan tetap berfokus pada keinginan masyarakat untuk mendapatkan informasi tentang posisi perusahaan dalam perekonomian (Haniffa, 2002). *Islamic Social Reporting* memberikan penekanan yang kuat pada keadilan sosial sekaligus mencakup topik-topik seperti lingkungan hidup, hak-hak mayoritas, dan karyawan. Dalam konteks Islam, masyarakat umum memiliki hak untuk memperoleh informasi yang komprehensif mengenai operasi organisasi. Hal ini, dilakukan untuk memastikan bahwa perusahaan secara konsisten mematuhi prinsip-prinsip syariah dan berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan demikian, menggunakan *Islamic Social Reporting* adalah

metode untuk mencapai pengungkapan komprehensif yang selaras dengan kerangka kerja Islam

Leverage

Leverage adalah kemampuan perusahaan untuk melunasi semua krediturnya (Ramadhani, 2016). Perusahaan diharuskan untuk memberikan penjelasan kepada kreditur, investor, dan pemangku kepentingan lainnya mengenai kapasitas perusahaan dalam membayar utang dan dampak dari pinjaman tersebut terhadap aktivitas bisnis mereka. Perusahaan dengan *leverage* tinggi diwajibkan untuk mengungkapkan lebih banyak informasi sosial kepada pihak luar untuk menghilangkan asimetri informasi.

Ukuran Perusahaan

Seiring dengan meningkatnya ukuran perusahaan, investor memiliki akses ke lebih banyak informasi untuk membantu pemilihan investasi perusahaan. Perusahaan yang lebih besar sering kali memiliki sumber daya yang lebih besar daripada perusahaan yang lebih kecil (Thani & Ghani, E Kothman, 2015). Ukuran perusahaan merupakan variabel yang cukup umum untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dibuat oleh perusahaan dalam suatu laporan tahunan.

Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan dapat digunakan sebagai alat tolak ukur untuk menilai peluang masa depan perusahaan dengan melihat perubahan aset secara keseluruhan (Suastini et al., 2016). Pertumbuhan perusahaan yang baik menandakan bahwa suatu perusahaan sedang berkembang karena para pemangku kepentingan baik eksternal maupun internal mengantisipasi pertumbuhan perusahaan untuk terus meningkat. Pertumbuhan perusahaan merupakan cerminan dari produktivitas terpasang yang digunakan, kapasitas saat ini yang dapat disesuaikan dengan pasar, dan daya saing perusahaan dipasar. Investor akan menggunakan tingkat pertumbuhan perusahaan sebagai tolak ukur dalam melakukan investasi, dan hal ini akan meningkatkan harga saham perusahaan tersebut.

Profitabilitas

Profitabilitas membantu membedakan antara kinerja yang terkait dengan keuangan dan pemilihan investasi, serta memberikan indikasi yang lebih akurat tentang pengambilan risiko dan karakteristik perusahaan. Profitabilitas dapat diukur menggunakan *Return on Equity* (ROE), *Return on Asset* (ROA), *Net Profit Margin* (NPM), dan *Earning Per Share* (EPS).

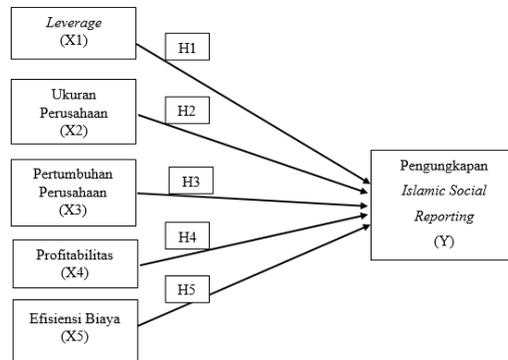
Rasio profitabilitas memberikan gambaran umum tentang seberapa baik perusahaan dikelola. Sebuah perusahaan berkinerja lebih baik jika semakin menguntungkan. Perusahaan yang menguntungkan menghasilkan laba bersih melalui pengelolaan sumberdaya keuangan yang efektif dan efisien.

Efisien Biaya

Efisiensi biaya mengacu pada rasio sumber daya atau biaya yang digunakan sehubungan dengan kualitas pelayanan, barang, dan jasa yang diperoleh. Efisiensi yang lebih besar dicapai ketika pengeluaran yang dikeluarkan untuk mencapai tujuan atau kualitas tertentu berkurang. Efisiensi, diukur dengan rasio BOPO, yang merepresentasikan hubungan antara biaya operasional dan pendapatan operasional (Prasetyoningrum, 2019). Nilai BOPO yang lebih rendah menunjukkan tingkat efisiensi biaya yang lebih tinggi dalam proses perolehan pendapatan bank.

Kerangka Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X). Variabel terikat mencakup pengungkapan *Islamic Social Reporting* serta variabel independen mencakup *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan efisiensi biaya. Mengembangkan kerangka pemikiran yang menetapkan korelasi antara variabel dependen dan independen. Prinsip yang mendasari penelitian ini adalah:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan latar belakang secara teoritis yang dibangun, maka hipotesis dalam pada penelitian yang dilakukan meliputi, yaitu:

- H1: *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.
 H2: Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.
 H3: Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.
 H4: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.
 H5: Efisien Biaya berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan studi kuantitatif yang menggunakan data sekunder berupa angka atau skala numerik yang diperoleh melalui sumber tidak langsung seperti media perantara. Populasi pada penelitian ini adalah Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia yang telah terdaftar pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) selama masa 2018-2022

Instrumen Penelitian

Instrument penelitian digunakan untuk mengukur peristiwa sosial atau lingkungan. Instrumen penelitian ini sebagai berikut:

Islamic Social Reporting (Y) :

$$\text{Disclosure Level} = \frac{\text{Jumlah skor disclosure yang dipenuhi}}{\text{Jumlah skor maksimum}}$$

Leverage (X1) :

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

Ukuran Perusahaan (X2) :

$$\text{SIZE} = \ln(\text{Total Aset})$$

Pertumbuhan Perusahaan (X3):

$$Growth = \frac{Pendapatan_t - Pendapatan_{t-1}}{Pendapatan_t}$$

Profitabilitas (X4):

$$ROA = \frac{Laba\ bersih\ setelah\ pajak}{Total\ Aset} \times 100\%$$

Efisien Biaya (X5) :

$$BOPO = \frac{Biaya\ Operasional}{Pendapatan\ Operasional} \times 100\%$$

Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi merujuk pada kumpulan obyek atau subjek yang memiliki ciri-ciri tertentu yang menjadi fokus penelitian dan dijadikan dasar untuk menyimpulkan hasil oleh para peneliti. Cakupan studi ini adalah perbankan syariah di Indonesia dari tahun 2018 hingga 2022.

Sampel merupakan subset yang dipilih dari populasi yang mewakili karakteristik dan jumlah dari populasi itu sendiri. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, merupakan strategi pengambilan sampel yang mempertimbangkan penggunaan program analisis data SPSS sebagai acuan dalam proses seleksi. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memilih sampel yang secara sengaja dipilih berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap relevan untuk penelitian, dengan tujuan untuk mencapai representasi yang optimal dari populasi yang diteliti. Kriteria sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

- Sampel yang dipilih merupakan bank umum syariah (BUS) yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) selama 5 tahun, dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2022.
- Bank umum syariah yang mempublikasikan laporan keuangan tahunan di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) atau website bank tersebut dan dapat diakses tahun 2018-2022.
- Bank umum syariah yang digunakan adalah satuan mata uang rupiah selama periode 2018-2022.

Tabel 1. Proses Pengambilan Sampel

No	Keterangan	Jumlah
1	Bank Umum Syariah (BUS) yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) selama 5 periode yakni 2018-2022	11
2	Bank Umum Syariah (BUS) mempublikasikan laporan keuangan tahunan di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) atau website bank tersebut dan dapat diakses tahun 2018-2022	11
3	Bank Umum Syariah yang menggunakan satuan mata uang rupiah selama periode 2018 sampai 2022	11
Jumlah Bank Umum Syariah (BUS) sampel		11
Jumlah pengamatan (jumlah sampel x 5 tahun penelitian)		55

4. Hasil dan Pembahasan**Statistik Deskriptif**

Hasil analisis statistik deskriptif berdasarkan olah data disajikan dalam tabel 2 berikut:

Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
LEV	55	0,0623	3,2699	1,0213	0,78392
SIZE	55	27,2184	31,7478	29,8305	1,03270
GROWTH	55	-59,6066	240,8830	5,9443	41,3740

PROFIT	55	-0,0978	0,1080	0,0101	0,03528
BOPO	55	43,6982	433,0849	97,7234	56,24047
ISR	55	0,2791	0,6977	0,5362	0,07497
Valid N (listwise)	55				

Berdasarkan tabel 2 hasil uji statistik deskriptif, variabel *leverage* memiliki nilai minimum senilai 0,0623 oleh Bank Aladin Syariah pada tahun 2020 dengan nilai maximum senilai 3,2699 oleh Bank Mega Syariah pada tahun 2020. Nilai mean yang sebesar 1,0213 dengan standar deviasi sebesar 0,78392. Ukuran perusahaan menunjukkan Bank Aladin Syariah pada tahun 2018 memiliki nilai minimum senilai 27,2184 dan nilai maximum sebesar 31,7478 oleh Bank Muamalat Indonesia pada tahun 2022. Nilai mean menghasilkan sebesar 29,8305 dengan standar deviasi sebesar 1,03270. Variabel pertumbuhan perusahaan menunjukkan bahwa Bank NTB Syariah pada tahun 2018 diketahui nilai minimum sebesar -59,6066 dan nilai maximum sebesar 240,883 oleh Bank NTB Syariah pada tahun 2019. Nilai mean menghasilkan sebesar 5,9443 dengan standar deviasi sebesar 41,3740. Variabel profitabilitas dapat diketahui bahwa nilai minimum senilai -0,0978 oleh Bank Aladin Syariah pada tahun 2018 dan nilai maximum senilai 0,1080 oleh Bank Aladin Syariah pada tahun 2019. Nilai mean menghasilkan senilai 0,0099 dengan standar deviasi senilai 0,0350. Variabel efisien biaya dapat diketahui bahwa nilai minimum senilai 43,6982 oleh Bank Aladin Syariah pada tahun 2022 dan nilai maximum senilai 433,0849 oleh Bank Aladin Syariah pada tahun 2021. Nilai mean menghasilkan sebesar 97,7519 dengan standar deviasi senilai 55,7177. Variabel *Islamic Social Reporting* dapat diketahui bahwa nilai minimum sebesar 0,2791 oleh Bank Aladin Syariah pada tahun 2019 dan nilai maximum senilai 0,6977 oleh Bank Central Asia Syariah pada tahun 2022. Nilai mean menghasilkan senilai 0,5366 dengan standar deviasi sebesar 0,0743.

Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

	<i>Unstandardized Residual</i>
N	55
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,200

Berdasarkan tabel 3 hasil pengujian normalitas data menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* tersebut dapat diketahui bahwa nilai *sig. (2-tailed)* sebesar $0,200 > 0,05$. Dengan demikian, data pada penelitian ini digolongkan terdistribusi normal. Sehingga uji normalitas terpenuhi.

2) Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
<i>Leverage</i>	0,701	1,426	Tidak ada multikolinearitas
Ukuran Perusahaan	0,703	1,423	Tidak ada multikolinearitas
Pertumbuhan Perusahaan	0,940	1,063	Tidak ada multikolinearitas
Profitabilitas	0,602	1,662	Tidak ada multikolinearitas
Efisien Biaya	0,594	1,684	Tidak ada multikolinearitas

Tabel 4 menunjukkan hasil perhitungan multikolinearitas dengan uji penghitungan koefisien toleransi (*tolerance*) serta *variance inflation factor* (VIF). Tabel diatas semua

variabel pada persamaan regresi pada penelitian ini dapat diketahui nilai tolerance > 10% atau 0,10 dan nilai VIF < 10. Maka, hasil Uji multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel independen (bebas) tidak menunjukkan adanya gejala multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
<i>Leverage</i>	0,558	Tidak ada heteroskedastisitas
Ukuran Perusahaan	0,744	Tidak ada heteroskedastisitas
Pertumbuhan Perusahaan	0,096	Tidak ada heteroskedastisitas
Profitabilitas	0,156	Tidak ada heteroskedastisitas
Efisien Biaya	0,077	Tidak ada heteroskedastisitas

Tabel 5 menunjukkan hasil perhitungan heteroskedastisitas menggunakan uji spearman's rho. Semua variabel dalam persamaan regresi pada penelitian ini memiliki nilai signifikansi > 0,05 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semua variabel tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1,279

Berdasarkan hasil uji autokorelasi dengan menggunakan Durbin-Watson pada tabel 6 menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson adalah senilai 1,279. Hal ini menunjukkan bahwa nilai 1,279 berada diantara -2 dan +2 sehingga model regresi tidak terjadi autokorelasi, tidak terdapat hubungan antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan pengganggu periode t-1.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta
(Constant)	-0,614	0,267	
<i>Leverage</i>	0,016	0,012	0,174
Ukuran Perusahaan	0,038	0,009	0,543
Pertumbuhan Perusahaan	0,000092	1,063	0,051
Profitabilitas	-0,323	1,662	-0,152
Efisien Biaya	-0,000068	0,000	-0,051

Berdasarkan hasil uji pada tabel 7 diperoleh model persamaan regresi linier berganda yang ditemukan dalam penelitian ini:

$$ISR = -0,614 + 0,016LEV + 0,038SIZE + 0,000092GROWTH + -0,323PROFIT + -0,000068BOPO + \varepsilon$$

Berdasarkan model regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Constant bernilai sebesar -0,614 artinya bila variabel *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan efisien biaya dianggap konstan atau nol, maka ISR akan tetap bernilai -0,614 satuan.

- 2) Koefisien regresi untuk *leverage* senilai 0,016, menunjukkan bahwa untuk setiap kenaikan 1 satuan *leverage*, maka pengungkapan ISR akan meningkat sebesar 0,016 satuan. Sebaliknya, penurunan *leverage* sebesar 1 satuan akan mengakibatkan penurunan pengungkapan ISR sebesar 0,016 satuan.
- 3) Koefisien regresi untuk ukuran perusahaan senilai 0,038, menunjukkan bahwa untuk setiap kenaikan 1 satuan pertumbuhan perusahaan, maka pengungkapan ISR akan meningkat senilai 0,038 satuan. Sebaliknya, penurunan ukuran perusahaan sebesar 1 satuan akan mengakibatkan penurunan pengungkapan ISR sebesar 0,038 satuan.
- 4) Koefisien regresi untuk pertumbuhan perusahaan sebesar 0,000092, menunjukkan bahwa untuk setiap kenaikan 1 satuan pertumbuhan perusahaan, maka pengungkapan ISR akan meningkat sebesar 0,000092 satuan. Sebaliknya, penurunan pertumbuhan perusahaan sebesar 1 satuan akan mengakibatkan penurunan pengungkapan ISR senilai 0,000092 satuan.
- 5) Koefisien regresi profitabilitas sebesar -0,323, menunjukkan bahwa untuk setiap kenaikan 1 satuan profitabilitas, maka pengungkapan ISR akan meningkat sebesar -0,323 satuan. Sebaliknya, penurunan profitabilitas sebesar 1 satuan akan mengakibatkan penurunan pengungkapan ISR senilai -0,323 satuan.
- 6) Koefisien regresi efisien biaya sebesar -0,000068, menunjukkan bahwa untuk setiap kenaikan 1 satuan efisien biaya, maka pengungkapan ISR akan meningkat senilai -0,000068. Sebaliknya, penurunan efisien biaya sebesar 1 satuan akan mengakibatkan penurunan pengungkapan ISR sebesar -0,000068 satuan.

Uji F

Hasil uji statistik F menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah 0,000. Dengan tingkat signifikansi senilai 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, hal tersebut dapat diketahui bahwa model regresi secara signifikan tepat dan memadai. Hal ini mengindikasikan bahwa secara simultan, faktor-faktor independen, termasuk *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan efisiensi biaya, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Uji T

Tabel 8. Hasil Uji T

Variabel	t	Sig.	Keterangan
<i>Leverage</i>	1,362	0,179	Tidak Berpengaruh
Ukuran Perusahaan	4,252	0,000	Berpengaruh
Pertumbuhan Perusahaan	0,463	0,646	Tidak Berpengaruh
Profitabilitas	-1,101	0,276	Tidak Berpengaruh
Efisien Biaya	-0,369	0,714	Tidak Berpengaruh

Berdasarkan tabel 8 hasil uji t di atas dapat diketahui bahwa:

- 1) Dari Tabel 8, terlihat bahwa *leverage* memiliki nilai *t-value* yang tidak signifikan sebesar 0,179. Hal ini, diketahui bahwa variabel *leverage* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan pada pengungkapan *Islamic Social Reporting* karena nilai signifikansi *t* variabel *leverage* sebesar 0,179 melebihi ambang batas signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,005. Oleh karena itu, hipotesis 1 harus ditolak.
- 2) Dari tabel 8, terlihat bahwa ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi *t* sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan pada pengungkapan ISR karena nilai *t* signifikansi variabel ukuran perusahaan senilai 0,000 lebih kecil dari 0,005. Oleh sebab itu, Hipotesis 2 harus diterima.
- 3) Dari tabel 8, terlihat bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki nilai *t-value* yang tidak signifikan sebesar 0,646. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan ISR karena nilai signifikansi *t* variabel pertumbuhan perusahaan sebesar 0,646 melebihi ambang batas signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,005. Oleh karena itu, hipotesis 3 harus ditolak.

- 4) Dari tabel 8, terlihat bahwa profitabilitas memiliki nilai t yang tidak signifikan sebesar 0,276. Hal ini berarti bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan ISR karena nilai signifikansi t variabel profitabilitas sebesar 0,276 melebihi ambang batas signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,05. Oleh karena itu, hipotesis 4 harus ditolak.
- 5) Dari tabel 8, terlihat bahwa efisien biaya memiliki nilai t yang tidak signifikan sebesar 0,714. Hal ini berarti, efisien biaya tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan ISR karena nilai signifikansi t variabel efisien biaya sebesar 0,714 melebihi ambang batas signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,005. Oleh karena itu, hipotesis 5 harus ditolak.

Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai *adjusted R-squared* sebesar 0,381. Ini menunjukkan bahwa variabel *leverage*, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, dan efisiensi biaya dapat menjelaskan sekitar 38,1% variasi dalam pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Sisanya, sekitar 61,9%, dijelaskan oleh faktor-faktor yang tidak ada di dalam model penelitian ini.

Pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Hasil uji t dalam tabel 8 menunjukkan bahwa *leverage* tidak memberikan dampak signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Setelah menganalisis data yang telah diproses, hipotesis satu (H1) tidak terbukti, yang terlihat dari nilai t yang diestimasi sebesar 1,363 dan tingkat signifikansi sebesar 0,179, melebihi ambang batas 0,05. Dari hasil tersebut, ditarik kesimpulan bahwa variabel *leverage* tidak berdampak secara signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* berdasarkan analisis statistik yang dilakukan.

Hasil penelitian ini berbanding balik dengan penelitian yang dilakukan oleh Amyulianthy *et al.* (2020), Mias dan Alawiyah (2020), dan Meliana *et al.* (2022), menunjukkan hasil bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Sedangkan, hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rostiana dan Sukanta (2018), Purwani *et al.* (2018), Riyani dan Dewi (2018), dan Prasetyoningrum (2019) menunjukkan hasil bahwa *leverage* berpengaruh negatif pada pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Ukuran perusahaan memiliki dampak yang signifikan pada pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Setelah menganalisis data yang telah diolah, hipotesis dua (H2) terbukti kebenarannya. Hal ini dikuatkan oleh nilai t hitung sebesar 4,252 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang lebih rendah dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap luas pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Variabel ukuran perusahaan berdampak terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*, hal ini sesuai dengan teori agensi, perusahaan besar akan memiliki biaya agensi yang besar pula dimana hal tersebut mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang lebih luas. Hasil penelitian ini sesuai dan mendukung penelitian sebelumnya yang meneliti topik serupa yaitu Purwani *et al.* (2018), Amyulianthy *et al.* (2020), Khan *et al.* (2021), dan Meliana *et al.* (2022) yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh pada pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Pertumbuhan perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan pada pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Berdasarkan hasil olah data, hipotesis tiga (H3) ditolak

hal tersebut ditunjukkan dengan angka nilai t sebesar 0,463 dan signifikansi sebesar 0,646 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Perusahaan yang berorientasi pada laba, lebih memprioritaskan mengalokasikan pendapatan mereka untuk operasi produksi daripada mengalihkannya untuk tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), sehingga secara tidak sengaja meningkatkan pengeluaran perusahaan (Ningsih et al., 2021). Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitranita dan Wijayanti (2020) yang menyatakan bahwa ekspansi perusahaan tidak mempengaruhi sejauh mana pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Pengungkapan *Islamic Social Reporting* tidak dipengaruhi secara signifikan oleh profitabilitas. Setelah melakukan analisis terhadap data yang telah diolah, kami menemukan bukti untuk menolak hipotesis empat (H4). Hal ini didukung oleh nilai t hitung sebesar -1,101 dan tingkat signifikansi sebesar 0,276, dimana nilai observasi lebih tinggi dari ambang batas 0,05. Dari hasil tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel profitabilitas tidak berdampak secara signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* berdasarkan analisis statistik yang dilakukan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yaitu Purwani et al. (2018), Prasetyoningrum (2019), Mazri et al. (2018), Meliana et al. (2022), dan Fitranita dan Wijayanti (2020) yang disimpulkan bahwa tidak ada hubungan signifikan antara tingkat profitabilitas dan pengungkapan *Islamic Social Reporting* berdasarkan temuan analisis yang dilakukan. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan Amyulianthy et al. (2020) dan Khan et al. (2021) dapat disimpulkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* berdasarkan hasil analisis yang dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas secara positif mempengaruhi tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting* dalam konteks penelitian ini.

Pengaruh Efisien Biaya terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*

Pengungkapan *Islamic Social Reporting* tidak dipengaruhi secara signifikan oleh efisiensi biaya. Setelah melakukan analisis terhadap data yang telah diolah, hipotesis lima (H5) tidak terbukti kebenarannya, yang dibuktikan dengan nilai t hitung senilai -3,069 dan tingkat signifikansi sebesar 0,714, di mana nilai t tersebut lebih besar dari ambang batas 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel efisiensi biaya tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyoningrum (2019), yang menunjukkan bahwa variabel efisiensi biaya tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada sektor perbankan syariah di Indonesia. Oleh karena itu, besarnya efisien biaya yang dihasilkan oleh perbankan syariah tidak berdampak pada pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

5. Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Nilai *t-value* untuk *leverage* adalah sebesar 1,363, dengan nilai signifikansi sebesar 0,179. Karena nilai signifikansi ini lebih besar dari 0,05, hal ini dapat disimpulkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada bank umum syariah di Indonesia tahun 2018-2022. Oleh karena itu, hipotesis awal (H1) tidak terbukti kebenarannya.

- 2) Nilai *t-value* untuk ukuran perusahaan sebesar 4,252, dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada bank umum syariah di Indonesia tahun 2018-2022. Oleh karena itu, hipotesis kedua (H2) terbukti kebenarannya.
- 3) Nilai *t-value* untuk pertumbuhan perusahaan sebesar 0,463 dengan nilai signifikansi 0,646. Karena lebih dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada bank umum syariah di Indonesia pada tahun 2018-2022. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) tidak terbukti kebenarannya.
- 4) Nilai *t-value* untuk profitabilitas senilai -1,101 dengan nilai signifikansi 0,276 atau lebih dari 0,05, maka dapat diketahui bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada bank umum syariah di Indonesia pada tahun 2018-2022. Dengan demikian, hipotesis keempat (H4) tidak terbukti kebenarannya.
- 5) Nilai *t-value* sebesar -0,369 dengan nilai signifikansi 0,714 atau lebih dari 0,05, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa efisien biaya tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada bank umum syariah di Indonesia pada tahun 2018-2022. Dengan demikian, hipotesis kelima (H5) tidak terbukti kebenarannya.

Saran

Berdasarkan temuan dan kesimpulan ditarik, maka peneliti mengajukan saran untuk dilakukan penelitian selanjutnya. Menyarankan untuk menambahkan faktor lain meliputi nilai perusahaan, dewan komisaris, atau variabel lainnya yang belum diteliti oleh peneliti sebelumnya yang berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting*.

Daftar Pustaka

- Ahzar, F. A., & Trisnawati, R. (2013). Pengungkapan Islamic Social Reporting Pada Bank Syariah Di Indonesia. *Proceeding Seminar Nasional SANCALL 2013*, 477–483.
- Amyulianthy, R., Azizah, W., & Satria, I. (2020). Islamic Social Reporting in Shariah Banks in Indonesia. *Journal Review Of Intregative Business and Economics Research*, 9(1), 171–183.
- Fitranita, V., & Wijayanti, I. O. (2020). Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kinerja Lingkungan, Pertumbuhan Penjualan Dan Leverage Pada Pengungkapan Islamic Corporate Social Reporting. *JAF- Journal of Accounting and Finance*, 4(1), 29. <https://doi.org/10.25124/jaf.v4i1.2344>
- Haniffa, R. (2002). Social Responsibility Disclosure: An Islamic Perspective. In *Indonesian Management & Accounting Research* (Vol. 1, Issue 2, pp. 128–146).
- Hussain, A., Khan, M., Rehman, A., Sahib Zada, S., Malik, S., Khattak, A., & Khan, H. (2021). Determinants of Islamic social reporting in Islamic banks of Pakistan. *International Journal of Law and Management*, 63(1), 1–15. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-02-2020-0060>
- Mazri, K. F., Ismail, R. F., Arshad, R., & Kamaruzaman, S. A. (2018). Corporate governance attributes as determinants of the Islamic Social Reporting of Shariah-compliant companies in Malaysia. *International Journal of Economics and Management*, 12(Special Issue 1), 169–180.
- Meliana, jeandry gregorius, & taheer juliana. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan likuiditas Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Tahun 2015-2019. *Risetakuntansi*, 9(2), 1–15.
- Mias, R. G., & Alawiyah Tuti. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) Pada Perbankan Syariah Di Indonesia Tahun 2015-2018. *Jurnal STEI Ekonomi*, 29(02), 57–77.
- Ningsih, N. W., Ghofur, R. A., & Pratiwi, R. A. (2021). Growth dan Media Exposure terhadap

- Pengungkapan Islamic Social Reporting. *Finansia: Jurnal Akuntansi Dan Perbankan Syariah*, 4(1), 29–38. <http://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/FINANSIADOI:https://doi.org/10.32332/finansia.vxxixx.xxxx>
- Prasetyoningrum, A. K. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Efisiensi Biaya, Dan Umur Perusahaan Terhadap Islamic Social Reporting (ISR) Pada Perbankan Syariah Di Indonesia. *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 147. <https://doi.org/10.21043/malia.v2i2.4780>
- Purwani, T., Nurlaela, & Siti, A. W. (2018). The Influence of Company Size , Profitability , Liquidity , Leverage and Tax Avoidance Disclosure Against the Islamic Social Reporting on Companies Listed On The Indonesian Stock Index of Sharia. *The 2nd International Conference on Technology, Education, and Social Science 2018 (The 2nd ICTESS 2018)*, 2018, 39–47.
- Ramadhani, F. (2016). "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Laverage dan Ukuran Dewan Pengawas. 2487–2500.
- Riyani, D., & Uswati Dewi, N. H. (2018). The effect of corporate governance, leverage, and liquidity on islamic social reporting (ISR) disclosure in islamic commercial banks in Indonesia. *The Indonesian Accounting Review*, 8(2), 121. <https://doi.org/10.14414/tiar.v8i2.1628>
- Rostiani, S. S., & Sukanta, T. A. (2019). PENGARUH DEWAN PENGAWAS SYARIAH, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP PENGUNGKAPAN ISLAMIC SOCIAL REPORTING (ISR) (Studi Pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2012-2016). *Jurnal Akuntansi, Bisnis Dan Ekonomi*, 4(2), 1225–1248. <https://doi.org/10.33197/jabe.vol4.iss2.2018.184>
- Safiq, M., & Liasari, L. (2021). Uji Persamaan Simultan Free Cash Flow, Struktur Kepemilikan, Kebijakan Hutang, Kebijakan Dividen, dan Risiko dengan Kerangka Teori Keagenan dan Pesignalan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 29(01), 51–70. <https://doi.org/10.36406/jemi.v29i01.337>
- Suastini, N. M., Ida, B. A. P., & Henny, R. (2016). Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia (Struktur Modal sebagai Variabel Moderasi). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(1), 143–172.
- Thani, A. M., & Ghani, E Kothman, R. (2015). *Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shari ' a-Approved Companies in Bursa Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shariah -Approved Companies in Bursa Malaysia*. 12(May), 4–20.