

**ISLAMIC SOCIAL REPORTING: MENGUJI PENGARUH DARI  
MAQASHID SHARIA INDEX, SHARIA SUPERVISORY BOARD, MEDIA  
EXPOSURE, DAN COMPANY SIZE DI PERBANKAN SYARIAH INDONESIA**

**Nur Prasetyo Aji<sup>1\*</sup>, Mahendra Pamungkas<sup>2</sup>, Indah Permata Dewi<sup>3</sup>, Ovi Itsnaini  
Ulynnuha<sup>4</sup>**

*<sup>1,3,4</sup>Accounting Department, Faculty of Economic and  
Business, Universitas Muhammadiyah Surakarta*

*<sup>2</sup>Management Departement, Faculty of Economic and  
Business, Universitas Gadjah Mada Jakarta*

\*Corresponding Author, Email: [npa537@ums.ac.id](mailto:npa537@ums.ac.id)

**Abstract**

The growth of Islamic banking, issues related to sustainable business practices and adherence to Sharia principles are increasingly coming into focus. In order to understand the dynamics of social reporting in the context of Islamic banking in Indonesia, this study aims to analyze the influence of Maqashid Sharia Index, Sharia Supervisor Board, Media Exposure, and Company Size on Islamic Social Reporting in Indonesian Islamic banks listed on the Indonesia Stock Exchange from 2018 to 2020. The study employed purposive sampling, and 39 companies met the criteria as the unit of observation. The analysis was conducted using multiple linear regression. The results provide empirical evidence that Sharia Supervisor Board, Media Exposure, and Company Size have a significant influence on Islamic Social Reporting, while Maqashid Sharia Index does not have a significant impact on Islamic Social Reporting.

**Keywords:** *Islamic social reporting, Maqashid sharia, Sharia supervisory board, Media exposure, Company size*

**Abstrak**

Seiring dengan pertumbuhan perbankan syariah, isu-isu terkait praktik bisnis yang berkelanjutan dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah semakin menjadi perhatian. Dalam rangka memahami dinamika pelaporan sosial dalam konteks perbankan syariah Indonesia, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Maqashid Sharia Index, Dewan Pengawas Syariah, Media Exposure, dan Ukuran Perusahaan terhadap Islamic Social Reporting pada bank syariah di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2020. Penelitian ini menggunakan purposive sampling, dan 39 perusahaan memenuhi kriteria sebagai unit observasi. Analisis dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa sharia supervisory board, media exposure, dan company size memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Islamic Social Reporting, sedangkan maqashid sharia index tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Islamic Social Reporting.

**Kata Kunci:** *Islamic Social Reporting, Maqashid Sharia, Sharia Supervisory Board, Media Exposure, Company Size*

## 1. INTRODUCTION

Sektor perbankan syariah mencerminkan kemajuan keuangan syariah di Indonesia. Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 113/PBI/2009 mengenai Bank Umum Syariah, perbankan syariah dianggap sebagai elemen penting dalam sistem perbankan nasional, diharapkan memberikan kontribusi optimal sebagai lembaga perantara yang mendukung pembangunan ekonomi nasional. Menurut data dari OJK per Desember 2019, terdapat 202 unit perbankan syariah, terdiri dari 14 Bank Umum Syariah (BUS), 20 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 168 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), dengan total aset BUS dan UUS mencapai Rp.524.564 Miliar. Pertumbuhan sektor keuangan, khususnya perbankan syariah, didorong oleh penerapan prinsip-prinsip syariah yang menekankan keadilan dan menghindari transaksi keuangan spekulatif. Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 113/PBI/2009, bank-bank syariah dianggap sebagai bagian integral dari sistem perbankan domestik, memiliki potensi signifikan sebagai perantara untuk memacu pertumbuhan ekonomi negara. Tingkat keunggulan Indonesia dalam Indeks Keuangan Syariah Negara (IFCI) secara global, yang memperoleh peringkat pertama menurut Bi (2021a), menegaskan posisi kuat negara ini dalam mengembangkan sistem keuangan syariah.

Bank-bank syariah tidak hanya dituntut mencapai keuntungan sebanyak-banyaknya, tetapi juga diwajibkan untuk memaksimalkan pemenuhan hak-hak kepada Allah melalui zakat dan kepada negara melalui pembayaran pajak. Terutama, keuntungan yang dihasilkan oleh bank Syariah harus dapat meningkatkan keamanan, kesehatan, dan kesejahteraan bagi setiap Muslim. Berbeda dari bank konvensional, bank-bank syariah menggunakan maqashid syariah sebagai landasan untuk memungkinkan masyarakat memanfaatkan pembiayaan sosial Islam dan mendapatkan manfaat dari sisi surplus dana. Menurut Mohammed dan Taib (2015), dan kemudian didukung dengan penelitian Saoqi (2017) maqashid al-syariah adalah konsep yang paling penting dalam memperkuat konsep keuangan syariah saat ini. Hal ini dimaksudkan agar kegiatan lembaga keuangan syariah dapat mengimplementasikan konsep syariah. Tujuan konsep syariah ini diklasifikasikan ke dalam lima kategori utama: perlindungan agama (*deen*), kehidupan (*nafs*), kecerdasan (*aql*), keturunan (*nasl*), dan harta benda (*mal*). Konsep maqashid syariah berakar pada gagasan bahwa hukum Islam berusaha untuk mempromosikan kesejahteraan dan perkembangan individu dan masyarakat secara keseluruhan, dan bahwa hukum dan ketentuannya harus ditafsirkan dan diterapkan dengan mempertimbangkan tujuan yang lebih tinggi. Dengan memberikan pembiayaan yang berkelanjutan dan berdampak, bank-bank syariah berupaya mendukung mereka yang memiliki akses terbatas ke bank konvensional.

Sebuah perusahaan termasuk perbankan syariah tentunya juga membutuhkan dukungan luas dari masyarakat untuk menjaga kelangsungan operasionalnya. Pertanyaannya adalah, dukungan ini

dapat dicapai dengan meningkatkan kegiatan manajemen melalui pelaporan kepada pemangku kepentingan internal dan eksternal mengenai tanggung jawab sosial perusahaan (Hasanah dkk., 2017). Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) dianggap sebagai inti etika bisnis, di mana CSR digunakan untuk berkomunikasi antara perusahaan dan pemangku kepentingan (Arianugrahini & Firmansyah, 2020). Secara sejarah, pengungkapan tanggung jawab sosial masih didasarkan pada *Indeks Global Reporting Initiative* (GRI Index) (Nuraeni & Rini, 2019). Jika melihat standar GRI, tidak sesuai bagi entitas Islam untuk menggunakannya sebagai dasar pengungkapan. Pelaporan CSR dalam sistem GRI tidak berhasil mencerminkan prinsip-prinsip Islam karena hanya fokus pada perspektif material dan moral. Oleh karena itu, diperlukan kerangka konseptual untuk mengembangkan indeks CSR dari sudut pandang Islam. Ada berbagai faktor yang mendasari kemampuan manajemen dalam mengelola aset perusahaan, dan salah satu faktornya adalah penggunaan Islamic Social Reporting (ISR) untuk mengukur kegiatan sosial. ISR adalah turunan dari CSR, yang mengandung nilai-nilai Islam yang dikembangkan oleh Haniffa (2002) kemudian dikembangkan oleh (Othman & Thani, 2010).

Terkait dengan keinginan untuk mengekspresikan tanggung jawab sosial bank syariah, AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution*) telah menentukan elemen-elemen dalam pelaporan CSR yang dikenal sebagai Pelaporan Sosial Islam (ISR) (AAOIFI, 2010). Saat ini, pengukuran pengungkapan CSR di bank syariah masih mengacu pada Indeks Global Reporting Initiative (GRI Index) (Haniffa, 2002). Namun, pengukuran tersebut dianggap tidak sesuai karena GRI Index belum menggambarkan prinsip-prinsip Islam, seperti kasus-kasus yang tidak diungkapkan mengenai unsur-unsur riba, gharar, dan transaksi yang dilarang oleh Islam (Firmansyah, 2014). Terdapat pengungkapan mengenai hal-hal yang terkait dengan prinsip-prinsip Islam dalam ISR, seperti zakat, status kepatuhan syariah, dan transaksi yang bebas dari unsur-unsur riba dan gharar. Selain itu, juga terdapat aspek-aspek sosial seperti sedekah (shadaqah), waqf, qardh el hasan, hingga pengungkapan mengenai ibadah di lingkungan perusahaan.

Beberapa penelitian terdahulu telah mencoba mengkaji tentang beberapa faktor apa saja yang dapat mempengaruhi luas pengungkapan *islamic social reporting*. Seperti Aji et al (2023), (Arianugrahini & Firmansyah, 2020), Hamzah (2022), Lindawati dan Puspita (2019), Mohammed dan Taib (2015), Hasnia dan Rofingatun (2017) serta Saoqi (2017) dan penelitian lain serupa. Namun hasil dari penelitian setiap tahun mengalami fluktuasi hasil, kemudian mendapatkan kesimpulan yang berbeda beda.

Berdasarkan inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya, peneliti mencoba mengkaji ulang terkait faktor apa saja yang sekiranya dapat mempengaruhi *islamic social reporting*. Penelitian ini menambahkan variabel yang masih jarang dilakukan pada objek perusahaan perbankan syariah

yaitu *Media Exposure*. Terlebih lagi, *Media Exposure* ini tentunya telah menjadi isu yang cukup krusial khususnya di masa pandemi Covid - 19 dimana terjadi krisis kesehatan di seluruh dunia. Selain *media exposure*, penelitian ini juga menggunakan variabel *maqashid sharia index*, *sharia supervisory board* dan *company size* sebagai variabel independen.

## **2. LITERATURE REVIEW AND HYPOTHESIS DEVELOPMENT**

### **1) Legitimacy Theory**

Legitimasi adalah cara di mana sebuah perusahaan dianggap sah. Perusahaan bertujuan untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam batas-batas dan standar kegiatan hukum yang berlaku dalam masyarakat. Legitimasi dari masyarakat merupakan aspek kunci bagi kelangsungan hidup dan pengembangan perusahaan sebagai wadah dalam merancang strategi perusahaan, serta bagaimana mereka memosisikan diri untuk berkembang dalam konteks masyarakat (Hadi, 2009).

Lindawati dan Puspita (2019) berpendapat bahwa kesenjangan legitimasi dapat dipengaruhi oleh tiga faktor. Pertama, ketika operasional suatu perusahaan mengalami perubahan, namun ekspektasi masyarakat terhadap operasional tersebut tetap sama. Selain itu, berfungsinya perusahaan tetap tidak berubah, meskipun ekspektasi masyarakat terhadap operasional perusahaan telah berubah. Selain itu, operasional perusahaan dan ekspektasi masyarakat mungkin berbeda atau selaras pada waktu yang berbeda, namun pada akhirnya mengarah ke arah yang sama.

### **2) Pengaruh Maqashid Sharia Index terhadap *Islamic Social Reporting***

Secara etimologi, istilah "maqashid syariah" berasal dari dua kata, yakni "maqashidu" dan "syari'ah." Kata "maqashid" memiliki asal-usul dalam Bahasa Arab dan merupakan bentuk jamak dari kata "maqad," yang memiliki makna pegangan, tujuan, dan jalan. Sementara itu, "syari'ah" mengandung arti berjalan menuju sumber air atau kehidupan (Hamzah, 2022). Ashur (2006) mendefinisikan maqashid sebagai tujuan, maksud, niat, cakupan, atau prinsip yang mendasari hukum atau norma Islam. Makna maqashid al-Ghazali berpusat pada perlindungan dan pelestarian. Dalam perkembangannya, maqasid sharia juga merupakan model bisnis yang mencakup pengembangan pribadi, sosial, ekonomi, dan lingkungan (Campra et al, 2021).

Pengaruh indeks maqashid syariah terhadap pelaporan sosial Islam (ISR) dijelaskan oleh teori legitimasi yang menyatakan bahwa agar perusahaan dapat diterima masyarakat, perusahaan cenderung memenuhi kontrak sosial melalui pengungkapan informasi ekonomi, sosial, dan politik (Khoiriyah dan Salman, 2020). Perusahaan yang memiliki kinerja keuangan syariah dan indeks maqashid yang baik mempunyai norma sosial melalui pengungkapan tanggung jawab sosial yang

lebih luas. Selain itu, perusahaan cenderung mengungkapkan tanggung jawab sosial pada tingkat yang lebih tinggi untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat sehingga mampu mempertahankan kinerja di masa depan (Salman, 2021).

### **H1: *Maqashid sharia index berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan Islamic Social Reporting***

#### 3) Pengaruh Sharia Supervisory Board terhadap *Islamic Social Reporting*

*Sharia Supervisory Board* adalah komite yang terdiri dari para cendekiawan Islam yang mengawasi operasional lembaga keuangan syariah untuk memastikan bahwa mereka mematuhi hukum Islam. Fungsinya sangat krusial dalam mengawasi operasional lembaga keuangan syariah, termasuk bank syariah, untuk memastikan bahwa setiap kebijakan, produk, dan transaksi yang dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum Islam (Ilyas, 2021).

Salah satu ciri khas bank syariah adalah adanya Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang memberikan arahan dan nasihat kepada direksi sekaligus mengawasi kegiatan bank untuk menjamin kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Meningkatnya jumlah anggota DPS pada lembaga keuangan syariah akan berdampak pada peningkatan kepatuhan syariah (Garas, 2012). Menurut Hamzah (2016), SSB yang besar mempunyai ulama dengan pengalaman, keterampilan, dan mazhab yang beragam sehingga menghasilkan pemikiran yang jernih. Penafsiran prosedur dan barang pengaduan syariah serta hasilnya dapat meningkatkan kinerja. Hal ini disebabkan adanya harapan bahwa pengetahuan dan pengalaman kolektif DPS akan mengarah pada pengungkapan ISR yang lebih luas (El-Halaby & Hussainey, 2016; Farook et al., 2011; Rahayu & Cahyati, 2014). Kurniawati dan Yaya (2017) serta Wardani dan Sari (2019) menemukan bahwa ukuran SSB berpengaruh positif terhadap pengungkapan ISR pada perbankan syariah di Indonesia.

### **H2: *Sharia supervisory board berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan Islamic Social Reporting***

#### 4) Pengaruh *Media Exposure* terhadap *Islamic Social Reporting*

*Media exposure* dalam CSR dapat diamati untuk mengetahui apakah suatu perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya melalui media internet atau website perusahaan, seperti dalam laporan keuangannya. *Media exposure* terjadi ketika khalayak benar-benar menerima pesan-pesan yang disampaikan media (Sparta, 2019). Mengutip pada penelitian Aji et al (2023) yang menyatakan bahwa eksposur media mengacu pada pengungkapan nilai-nilai positif suatu perusahaan melalui inisiatif pengungkapan tanggung jawab sosial menggunakan media perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Hasnia dan Rofingatun (2013) juga menyebutkan bahwa media berbasis website akan menjadi sarana yang sangat signifikan bagi perusahaan. Media ini memiliki peran aktif dalam memvisualisasikan nilai-nilai suatu perusahaan dengan menyajikan

sejarah penyusunan laporan keuangan, termasuk upaya yang telah dilakukan perusahaan terkait tanggung jawab sosial.

Penelitian ini selaras dengan adanya penelitian Kristi (2013), Ekowati, Prasetyono, & Anis (2014), serta Hasnia dan Rofingatun (2017), yang menunjukkan hasil bahwa *media exposure* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap luas pengungkapan *islamic social reporting*.

**H3: *Media exposure berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan Islamic Social Reporting***

5) Pengaruh *Company Size* terhadap *Islamic Social Reporting*

*Company Size* merupakan perwujudan dari total aset yang dimiliki suatu perusahaan, semakin besar aset yang dimiliki maka semakin banyak sumber daya keuangan, manusia, maupun fasilitas dan tentunya semakin besar perusahaan tersebut (Othman, et al., 2009). Berdasarkan teori legitimasi, semakin besar suatu perusahaan maka semakin besar pula perhatian umum terhadap perusahaan, perhatian besar ini secara tidak langsung akan memunculkan tekanan kepada perusahaan yang mana terkait bagaimana tanggung jawabnya terhadap sosial lingkungan. Khoiriyah dan Salman (2020) yang menyatakan bahwa total aset dan pendapatan yang dimiliki bank syariah juga dialokasikan sebagian untuk pelaporan tanggung jawab sosial islami, yang mana hal ini juga menjadi bentuk pertanggungjawaban bank terhadap Allah SWT, pemegang saham, lingkungan, dan umat Islam.

Penelitian ini juga sejalan dengan Khoiriyah dan Salman (2020), Rama & Meliwati (2014), Sunarsih & Ferdinand (2017), dan Santoso & Dhiyaul-Haq (2017) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif yang kuat terhadap pengungkapan ISR.

**H4: *Company size berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan Islamic Social Reporting***

**3. RESEARCH METHOD**

Penelitian ini merupakan penelitian dengan desain kuantitatif yang pengujiannya dilakukan pada Perbankan Syariah di Indonesia pada periode 2018-2020. Studi ini menggunakan data sekunder dari laporan tahunan yang secara resmi dipublikasikan oleh Bank-bank Syariah di situs webnya masing - masing. Terdapat sejumlah 14 perbankan syariah yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Penentuan sampel dalam penelitian ini dipilih dengan metode *purposive sampling*. Adapun kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah

Table 1. Sample Selection

Number	Sample Criteria
1	Jumlah Bank Umum Syariah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020

- 
- 2 Bank Umum Syariah yang menerbitkan laporan keuangan secara berturut-turut tahun 2018-2020
- 3 Bank Umum Syariah yang memiliki data yang lengkap untuk digunakan dalam variabel penelitian dari tahun 2018-2020
- 

Source: Author's processed data

Kemudian, variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *maqashid syariah index*, *sharia supervisory board*, *media exposure*, dan *company size* sebagai variabel independen (X), dan *Islamic Social Reporting* sebagai variabel dependen (Y)

### 1) Definisi Operasional Variabel

#### a. *Islamic Social Reporting* (Y)

*Islamic Social Reporting* dalam penelitian ini didasarkan pada Haniffa (2002) dan mencakup lima indikator: Keuangan & Investasi, Produk, Karyawan, Masyarakat, dan Lingkungan. Dia dikutip oleh peneliti lain, termasuk Othman et al. (2009) dan Othman dan Thani (2010). Pelaporan sosial Islami dalam penelitian ini menggunakan analisis konten, *Islamic Social Reporting Index* menggunakan metode pemberian skor dalam pengukurannya, dimana setiap item dalam *Islamic Social Reporting Index* diberi skor 1 jika muncul dalam laporan tahunan, dan skor 0 jika tidak muncul dalam laporan tahunan. Adapun beberapa dimensi pengungkapan yang ada dalam ISR yaitu sebagai berikut: 1) Keuangan dan Investasi, 2) Produk dan Layanan, 3) Karyawan, 5) Masyarakat, 6) Lingkungan, dan 7) Tata Kelola. Skor keseluruhan tersebut kemudian dihitung berdasarkan level pengungkapannya Othman dan Thani (2010).

$$ISR: \sum \text{Total items disclosed} / \sum \text{Total items must be disclosed}$$

#### b. *Maqashid Sharia Index* (X1)

Indeks *Maqashid Syariah* menggunakan 10 rasio untuk menilai tiga indikator: pendidikan (tahdzibul fardhu), keadilan (iqamatul 'adl), dan kesejahteraan (jalbul maslahah) berdasarkan penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Mohammed et al. (2008), Jazil dan Syahrudin (2013), Kholid dan Bachtiar (2015), Mohammed, Tarique, dan Islam (2015), Mohammed dan Taib (2015), dan Saoqi (2017). Berikut adalah model pengukuran kinerja *maqashid syariah*:

Tabel 2. Rasio Kinerja *Maqashid Sharia Index*

Tujuan Syariah	Dimensi (D)	Elemen (E)	Rasio Kinerja (R)
Mendidik individu ( <i>Tahzib al-Fard</i> )	D1 (Memajukan pengetahuan)	E1(Bantuan pendidikan)	R1 (biaya pendidikan/total biaya) x 100%
		E2 (penelitian)	R2 (biaya penelitian/total biaya) x 100%
		E3 (pelatihan)	R3 (biaya pelatihan/total biaya) x 100%

Menegakkan keadilan ( <i>Iqamah al- adl</i> )	D3 (menciptakan kesadaran akan bank syariah)	E4 (publikasi)	R4 (biaya promosi/total biaya) x 100%
	D4 (pengembalian yang adil)	E5 (return yang adil)	R5 (keuntungan investasi/total pendapatan investasi) x 100%
	D5 (produk dan layanan terjangkau)	E6 (fungsi distribusi)	R6 (mudharabah musyarakah/total pembiayaan) x 100%
	D6 (menghilangkan unsur negative)	E7 (produk bebas bunga)	R7 (pendapatan bebas bunga/total pendapatan) x 100%
	D7 (profitabilitas bank)	E8 (rasio laba)	R8 (laba bersih/total asset) x 100%
	D8 (pendistribusian pendapatan dan kesejahteraan)	E9 (pendapatan individu)	R9 (zakat/asset bersih) x 100%
	D9 (investasi sector riil)	E10 (rasio investasi pada sector riil)	R10 (penyaluran untuk investasi/total penyaluran)

Tabel 3. Bobot Pengukuran Kinerja *Maqashid Sharia Index*

Konsep	Bobot Tujuan (%)	Elemen	Bobot Elemen (%)
Pendidikan	30	E1 Donasi pendidikan	24
		E2 Pelatihan	27
		E3 Pelatihan	26
		E4 Publikasi	23
		<b>Total</b>	<b>100</b>
Keadilan	41	E5 Pengembalian yang adil	30
		E6 Fungsi distribusi	32
		E7 Produk bebas bunga	38
		<b>Total</b>	<b>100</b>
Kemaslahatan	29	E8 Rasio profit	33
		E9 Pendapatan individu	30
		E10 Investasi di sektor riil	37
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>Total</b>	<b>100</b>

Secara matematis penghitungan indikator kinerja (IK 1) untuk tujuan pertama, (IK 2) untuk tujuan kedua, (IK 3) untuk tujuan tiga digambarkan sebagai berikut :

$$IK(1) = IK1,1 + IK 1,2 + IK1,3 + IK1,4$$

Dimana :  $IK1,1 = W1 \times E1 \times R1$

$$IK2,1 = W1 \times E2 \times R2$$

$$IK3,1 = W1 \times E3 \times R3$$

$$IK4,1 = W1 \times E4 \times R4$$

$$IK(2) = IK2,1 + IK 2,2 + IK2,3$$

Dimana :  $IK2,1 = W2 \times E5 \times R5$

$$IK2,2 = W2 \times E6 \times R6$$



$$IK_{2,3} = W_2 \times E_7 \times R_7$$

$$IK(3) = IK_{3,1} + IK_{3,2} + IK_{3,3}$$

Dimana :  $IK_{3,1} = W_3 \times E_8 \times R_8$

$$IK_{3,2} = W_3 \times E_9 \times R_9$$

$$IK_{3,3} = W_3 \times E_{10} \times R_{10}$$

Formula untuk menghitung MSI adalah sebagai berikut.

$$MSI = IK I + IK II + IK III$$

c. *Sharia Supervisory Board (X2)*

Peraturan di Indonesia mengungkapkan bahwa jumlah anggota Dewan Pengawas Syariah paling sedikit 2 (dua) orang atau paling banyak 50% (lima puluh persen) dari jumlah anggota Direksi. Jumlah anggota DPS yang lebih banyak diharapkan dapat lebih intens dalam melakukan pengawasan untuk memastikan bahwa kegiatan yang ada telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah termasuk komitmen bank syariah dalam menjalankan fungsi sosialnya (Nugraheni, 2018). Pengukuran variabel Dewan Pengawas Syariah dengan menuliskan jumlah anggota Dewan Pengawas Syariah masing-masing bank syariah di Indonesia.

$$SSB: \sum \text{Anggota Dewan Pengawas Syariah}$$

d. *Media Exposure (X3)*

*Media Exposure* mengacu pada sejauh mana suatu perusahaan memanfaatkan saluran media untuk mengkomunikasikan identitasnya dan berbagi informasi tentang aktivitasnya. Dalam studi ini, paparan media diukur menggunakan variabel biner, yang secara khusus memberikan nilai 1 kepada organisasi yang mengungkapkan aktivitas ISR mereka secara publik di situs resmi mereka. Tetapkan nilai numerik 0 untuk organisasi yang gagal mempublikasikan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) khususnya islamic social reporting mereka di situs resmi mereka (Aji et al, 2023)

e. *Company Size (X4)*

Ukuran perusahaan (size) adalah metrik yang mengukur dimensi dan skala sebuah perusahaan, dengan menggunakan berbagai kriteria seperti total aset, ukuran logaritma natural, dan indikator lain yang relevan. Dalam konteks kerangka peraturan di Indonesia, khususnya yang diatur oleh peraturan Bapepam, ukuran perusahaan umumnya dinilai melalui pengukuran total aset. Klasifikasi berdasarkan total aset ini sangat penting, karena

perusahaan-perusahaan yang lebih besar biasanya terlibat dalam operasi yang lebih luas, sehingga menghasilkan dampak yang lebih signifikan terhadap lingkungan. Selain itu, entitas-entitas ini cenderung memiliki basis pemegang saham yang lebih besar, sehingga berpotensi meningkatkan minat terhadap program-program sosial perusahaan. Selain itu, laporan keuangan perusahaan-perusahaan besar berfungsi sebagai alat yang efisien untuk menyampaikan informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan, meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam inisiatif sosial dan lingkungan mereka (Fitranita et al., 2023).

### **Company Size: Ln. Total Asset**

#### 2) Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Regresi linier berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas. Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen Saleh & Utomo (2018).

Metode analisis data yang akan digunakan adalah uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, model regresi linear berganda dan uji hipotesis. Berikut merupakan persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini

$$ISR = \alpha + \beta_1 MSI + \beta_2 SSB + \beta_3 MEDX + \beta_4 SIZE + e$$

Keterangan:

$\alpha$  : Konstanta

MSI : *Maqashid Sharia Index*

SSB : *Sharia Supervisor Board*

MEDX : *Media Exposure*

SIZE : *Company Size*

e : Error

## 4. RESULTS AND DISCUSSION

### 1) Hasil Pengambilan Sampel

Berdasarkan hasil olahdata yang dilakukan sebelumnya, didapatkan hasil sebagai mana tersaji pada tabal 2 yang mana jumlah bank umum syariah di Indonesia yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia adalah sebanyak 14 bank, kemudian terdapat 1 bank yang tidak memiliki data yang lengkap untuk digunakan sebagai objek penelitian. Adapun jangka waktu penelitian

ini adalah 3 tahun, sehingga ditemukan total sampel akhir sebanyak 39 sampel perbankan syariah.

Tabel 4. Sampel Penelitian

No	Kriteria	Jumlah
1.	Jumlah Bank Umum Syariah yang terdaftar di Bank Indonesia 2018-2020	(14)
2.	Bank Umum Syariah yang tidak menerbitkan laporan keuangan secara berturut-turut tahun 2018-2020	(0)
3.	Bank Umum Syariah yang tidak memiliki data yang lengkap dari tahun 2018-2020	(1)
Sampel yang memenuhi kriteria		13
Total sampel penelitian selama tahun 2018-2020 = 13x3		39
Total sampel yang digunakan dalam penelitian		39

Sumber: Hasil Analisis Data 2024

## 2) Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *one-sample kolmogorov smirnov* yang menunjukkan hasil 0,200. Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas menghasilkan nilai *tolerance* dari 0,652 hingga 0,845 yang berarti nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan menghasilkan nilai VIF dari 1,183 hingga 1,533 yang berarti nilai VIF lebih kecil dari 10 sehingga semua variabel independent tidak terjadi multikolinieritas

### c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi menghasilkan nilai *durbin-watson* (DW) sebesar 2,030 yang mana nilai ini lebih dari  $4 - D_U$  dan kurang dari  $4 - D_L$ , maka dapat disimpulkan data penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

### d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menggunakan uji *glejser* yang menghasilkan nilai sig. (2-tailed) berkisar antara 0,484 hingga 0,836 yang mengindikasikan bahwa nilai sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05 dan tidak ada variabel independent yang menunjukkan bukti adanya heteroskedastisitas.

### e. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 5. Uji Determinasi ( $R^2$ )

R	R Square	Adjusted R Square
---	----------	-------------------

0,933 <sup>a</sup>	0,871	0.856
--------------------	-------	-------

Sumber: Hasil Analisis Data SPSS, 2024

Penelitian ini menghasilkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,871 atau 87,1%. Hal ini berarti bahwa variabel independent yaitu *Maqashid Sharia Index*, *Sharia Supervisor Board*, *Media Exposure*, dan *Company Size* dapat menjelaskan variabel dependen yaitu *Islamic Social Reporting* sebesar 87,1%, sedangkan sisanya 12,9% dijelaskan oleh variabel independent lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

## f. Uji Annova (F)

Tabel 6. Uji Annova (F)

F	Sig.
5,752	,000 <sup>b</sup>

Sumber: Hasil Analisis Data 2024

Penelitian ini menunjukkan hasil uji F bernilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi yang ditunjukkan lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dengan variabel *Islamic Social Reporting* serta empat variabel independent yaitu *Maqashid Sharia Index*, *Sharia Supervisor Board*, *Media Exposure*, dan *Company Size* layak untuk digunakan atau *fit model regression*.

## g. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Uji Analisis Linier Berganda

	B	T Value	Sig.
(Constant)	-0.136	-2.485	0.018
<i>Maqashid Sharia Index</i>	-0.037	-0.882	0.384
<i>Sharia Supervisory Board</i>	0.045	6.441	0.000
<i>Media Exposure</i>	-0.021	-4.061	0.000
<i>Company Size</i>	0.017	9.123	0.000

Sumber: Hasil Analisis Data SPSS, 2024

## h. Uji T

Uji-T digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana setiap variabel independen berkontribusi dalam menjelaskan variabel dependen. Kriteria yang diterapkan adalah jika hasil signifikansi kurang dari 0,05, maka hipotesis dapat diterima. Berdasarkan Tabel 5, hasil analisis sebagai berikut:

1. Variabel *Maqashid Sharia Index* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,384, yang lebih besar dari 0,05 atau 5%. Oleh karena itu, simpulan H1 ditolak, menunjukkan bahwa

Maqashid Sharia Index tidak berpengaruh signifikan terhadap Islamic Social Reporting.

2. Variabel Sharia Supervisor Board memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Simpulan H2 diterima, menunjukkan bahwa Sharia Supervisor Board berpengaruh signifikan terhadap Islamic Social Reporting.
3. Variabel Media Exposure memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Simpulan H3 diterima, menunjukkan bahwa Media Exposure berpengaruh signifikan terhadap Islamic Social Reporting.
4. Variabel Company Size memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Simpulan H4 diterima, menunjukkan bahwa Company Size berpengaruh signifikan terhadap Islamic Social Reporting.

### **3) Pembahasan**

#### *a. Maqashid Sharia Index tidak berpengaruh terhadap Islamic Social Reporting*

Hasil analisis data menunjukkan nilai B:-0,037 dan Sig:0,384. Hasil ini menunjukkan bahwa *Maqashid Sharia Index* tidak berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting*. Dengan kata lain, variabel *Maqashid Sharia Index* tidak memainkan peran utama dalam menentukan sejauh mana suatu organisasi melaksanakan pelaporan sosial. Meskipun *maqashid sharia index* dan *Islamic Social Reporting* berakar pada prinsip – prinsip yang sama yaitu syariah, namun keduanya mempunyai pendekatan yang berbeda. *Maqashid Sharia Index* cenderung menggunakan indeks atau formula yang dirancang untuk mengukur kinerja keuangan, sementara *Islamic Social Reporting* menggunakan pengukuran dampak sosial, kepatuhan terhadap prinsip-prinsip etika Islam, dan transparansi dalam pelaporan. Khoiriyah & Salman (2020) mengungkapkan bahwa *Maqashid Sharia Index* tidak berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting*.

#### *b. Sharia Supervisor Board berpengaruh terhadap Islamic Social Reporting*

Hasil analisis data menunjukkan nilai B:0,045 dan Sig:0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa *Sharia Supervisor Board* berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting*. Keberadaan dan kualitas pengawasan dari *Sharia Supervisor Board* secara positif berkontribusi pada peningkatan praktik pelaporan sosial Islam. Hasil ini menunjukkan bahwa keterlibatan dan kompetensi *Sharia Supervisor Board* memainkan peran penting dalam mendorong transparansi dan akuntabilitas organisasi terkait dengan isu-isu syariah. Sebagai hasilnya, supervise yang efektif dari *Sharia Supervisor Board* diidentifikasi sebagai factor kunci yang memotivasi tingkat keterbukaan dan pelaporan sosial yang lebih baik sesuai dengan

prinsip-prinsip syariah. Wijayanti & Setiawan (2022) mengungkapkan *Sharia Supervisor Board* berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting*.

c. *Media Exposure* berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting*

Hasil analisis data menunjukkan nilai B:-0,021 dan Sig:0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa *Media Exposure* berpengaruh terhadap *Islamic Social*. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa paparan media berkorelasi dengan peningkatan praktik pelaporan sosial Islam. Temuan yang menghasilkan koefisien negatif menggambarkan bahwa eksposur yang lebih besar terhadap media. Schmuck et al (2020) mengungkapkan *Media Exposure* berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting*.

d. *Company Size* berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting*

Hasil analisis data menunjukkan nilai B:0,017 dan Sig:0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa *Company Size* berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting*. Ukuran perusahaan secara positif berkorelasi dengan tingkat pelaporan sosial Islam yang lebih tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan yang lebih besar cenderung lebih aktif dalam melibatkan diri dalam praktik pelaporan sosial Islam, bank dengan aset yang besar tentunya memiliki sumber data dan dana yang lebih besar kemudian pada akhirnya membuat keterlibatan yang lebih signifikan dalam isu-isu syariah. Seperti yang dijelaskan dalam teori legitimasi bahwa organisasi atau perusahaan akan terus mencoba mempertahankan status dan orotitas mereka dalam lingkungan masyarakat. Dengan demikian, semakin besar perusahaan maka semakin besar tanggung jawabnya terhadap lingkungan sosial. Perusahaan yang lebih besar tentunya juga akan menunjukkan komitmen mereka terhadap nilai-nilai syariah melalui pengungkapan informasi yang lebih komprehensif pada *Islamic Social Reporting*. Fitranita et al (2023) mengungkapkan *Company Size* berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting*.

## 5. CONCLUSION

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana pengaruh *maqashid sharia index*, *sharia supervisory board*, *media exposure* dan *company size* terhadap luas pengungkapan *islamic social reporting*. Hasil analisis data menunjukkan bahwa *sharia supervisory board*, *media exposure* dan *company size* berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan *islamic social reporting* sedangkan variabel *maqashid sharia index* tidak berpengaruh signifikan.

Penelitian ini tentunya tidak terlepas dari beberapa kekurangan. Pertama, sampel data yang digunakan hanya 39 perbankan, mengingat sedikitnya perbankan syariah Indonesia yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia. Kedua, jangka waktu penelitian terbatas pada 3 tahun, hal ini

dikarenakan peneliti berfokus pada tahun – tahun disaat dunia khususnya Indonesia mengalami krisis lingkungan dan kesehatan yaitu Pandemi Covid – 19.

Adapun saran untuk penelitian berikutnya adalah, menambah sampel data yang digunakan dalam penelitian dengan menambah jangka waktu penelitian, atau bisa juga dilakukan penggunaan data dengan melibatkan perbankan syariah di beberapa negara di Asia Tenggara seperti Malaysia, Thailand, Singapura, Brunei dan lain – lain.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adiwijaya, Z. A., Suprianto, E., & Rusdi, D. (2023). The Effect of Islamic Corporate Governance and Maqashid Sharia Index on Firm value with Islamic Social Reporting as a Moderating Variable. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJJSE)*, 6(1), 63–78. <https://doi.org/10.31538/ijse.v6i1.3135>
- Anggraeni, D. Y., Kartika, R., & Yuskar, Y. (2020). Muslim Ceo and Islamic Social Reporting Disclosure: Evidence From Indonesia. *Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi*, 20(2), 169–184. <https://doi.org/10.25105/mraai.v20i2.6089>
- Arifin, R., Rosadi, S., Nugroho, A., & Wahyuningsih, T. (2021). Characteristics of the Sharia Supervisory Board, Sharia Company Size, Zakah, and Islamic Social Reporting on Sharia Banks in Indonesia. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(2), 15–28. <https://doi.org/10.22219/jes.v6i1.17100>
- Budi, I. S. (2021). Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) disclosure and Islamic Banks (IBs) performance: The application of stakeholder theory from Islamic perspective. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 25(1), 76–86. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol25.iss1.art8>
- Fitranita, V., Widiyaksa, D., & Asmawanti, D. (2023). The influence of company size, company age, profitability, leverage, sales growth, and independent board of commissioners on Islamic social reporting disclosures. *Proceeding of International Conference on Accounting and Finance*, 1(2002), 66–75. <https://doi.org/10.20885/InCAF.vol1.art8>
- Hasnia, & Rofingatun, S. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas , Growth Dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Akuntansi & Keuangan Daerah*, 12(1), 56–71.
- Ilyas, R. (2021). Peran Dewan Pengawas Syariah Dalam Perbankan Syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(1), 42–53. <https://doi.org/10.46367/jps.v2i1.295>
- Khavarinezhad, S., Biancone, P., & Jafari-Sadeghi, V. (2021). Financing in the Islamic System and Sustainable Economic Development of Selected Islamic Countries. *European Journal of Islamic Finance*, 19(2021), 18–23. <https://doi.org/10.13135/2421-2172/6158>
- Khoiriyah, V. N., & Salman, K. R. (2020). The Effect of the Maqashid Sharia Index, Company Size, and Company Age on Islamic Social Reporting. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 11(2), 117–132. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v11i2.117-132>
- Meldona, Riska, N. A., Rochayatun, S., & Nurdin, F. (2020). *Corporate Social Responsibility Disclosure Through Sharia Enterprise Theory*. 135(Aicmbs 2019), 171–179. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200410.026>

- Mukhibad, H., & Fitri, A. (2020). Determinant of Islamic Social Reporting (ISR) Disclosure. *KnE Social Sciences, 2020*, 478–489. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i6.6620>
- Najla, A. H., & Anggraeni, D. Y. (2021). *the Effect of Media Exposure and Slack Resources on Corporate Social Responsibility Disclosure. 40*, 885–902.
- 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.xxx>  
x
- Nugraheni, P. (2018). Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia Sharia supervisory board and social performance of Indonesian Islamic banks. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia, 22(2)*, 137–147.
- Oktaviana, U. K., Jaya, T. J., & Miranti, T. (2021). The Role of Islamic Social Reporting, Islamic Corporate Governance and Maqashid Syariah Index on Firm Value with Firm Size as Moderation Variable. *Proceedings of the International Conference on Engineering, Technology and Social Science (ICONETOS 2020), 529(Iconetos 2020)*, 195–201. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210421.028>
- Prasetyo Aji, N., Aulia Rahman, F., Oshiana Fitria, L. A., & Wahyu Widawati, M. (2023). Carbon Emission Disclosure: The Influence of External Stakeholder Pressure and Environment Performance. *International Journal of Social Science, Education, Communication and Economics, 2(3)*, 687–697. <https://doi.org/10.54443/sj.v2i3.125>
- Rismayanti, D., & Aisyah, E. N. (2023). Evidence of Moderation Maqashid Sharia: Financial Performance, Islamic Social Reporting and The Value of the Company. *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal, 7(1)*, 77–91. <https://doi.org/10.21070/perisai.v7i1.1659>
- Salman, K. R., Muslich, A., & ... (2018). New Evidence On The Direct And Indirect Influence Of The Maqashid Sharia Index On The Islamic Social Reporting Index. *International Journal of ...*, 5(8), 165–173. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1405433>
- Schmuck, D., Heiss, R., & Matthes, J. (2020). Drifting Further Apart? How Exposure to Media Portrayals of Muslims Affects Attitude Polarization. *Political Psychology, 41(6)*, 1055–1072. <https://doi.org/10.1111/pops.12664>
- Sukmawati Yuniar, L., & Tadulako, U. (2022). the Effectiveness of Women on Boards in Affecting Islamic Social Reporting Disclosure Andi Ainil Mufidah Tanra Andi Chairil Furqan. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam, 7(1)*, 2022.
- Utomo, W. P. A., Achyani, F., & Zulfikar. (2022). The Effect of Islamic Social Reporting, and Good Corporate Governance on Firm Value Using the Maqashid Syariah Index as a Moderating Variable. *Proceedings of the International Conference on Economics and Business Studies (ICOEBS 2022)*, 655(Icoebs), 358–370. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220602.048>
- Wardani, M. K., & Sari, D. D. (2019). Disclosure of Islamic Social Reporting in Sharia Banks: Case of Indonesia and Malaysia. *Journal of Finance and Islamic Banking, 1(2)*, 105. <https://doi.org/10.22515/jfib.v1i2.1495>



- Wijayanti, R., & Setiawan, D. (2022). Social Reporting by Islamic Banks: The Role of Sharia Supervisory Board and the Effect on Firm Performance. *Sustainability (Switzerland)*, 14(17), 1–25. <https://doi.org/10.3390/su141710965>
- Fitranita, V., Widiyaksa, D., & Asmawanti, D. (2023). The influence of company size, company age, profitability, leverage, sales growth, and independent board of commissioners on Islamic social reporting disclosures. *Proceeding of International Conference on Accounting and Finance*, 1(2002), 66–75. <https://doi.org/10.20885/InCAF.vol1.art8>
- Khoiriyah, V. N., & Salman, K. R. (2020). The Effect of the Maqashid Sharia Index, Company Size, and Company Age on Islamic Social Reporting. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 11(2), 117–132. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v11i2.117-132>
- Schmuck, D., Heiss, R., & Matthes, J. (2020). Drifting Further Apart? How Exposure to Media Portrayals of Muslims Affects Attitude Polarization. *Political Psychology*, 41(6), 1055–1072. <https://doi.org/10.1111/pops.12664>
- Wijayanti, R., & Setiawan, D. (2022). Social Reporting by Islamic Banks: The Role of Sharia Supervisory Board and the Effect on Firm Performance. *Sustainability (Switzerland)*, 14(17), 1–25. <https://doi.org/10.3390/su141710965>