

## PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP ZAKAT BANK SYARIAH DENGAN ISR SEBAGAI VARIABEL MODERASI

**Dewi Kusuma Wardani ,**  
[d3wi\\_kusuma@yahoo.co.id](mailto:d3wi_kusuma@yahoo.co.id)

Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Sarjanwiyata Tamansiswa

**Nur Anita Chanda Putry**  
[chandra.putry@ustjogja.ac.id](mailto:chandra.putry@ustjogja.ac.id)

Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Sarjanwiyata Tamansiswa

**Aprillia Dwi Cahyani Puri**  
[aprilliadwi848@gmail.com](mailto:aprilliadwi848@gmail.com)

Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Sarjanwiyata Tamansiswa

### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the moderation of Islamic Social Reporting (ISR) on the effect of firm size on corporate zakat. This study uses sharia commercial banks as research samples taken from 2014-2020. This data was obtained from the OJK and BI websites. This study uses a purposive sampling technique with 38 observations from six sharia commercial banks and uses a quantitative approach with secondary data from the annual reports of sharia commercial banks. The method used in testing this data using simple linear regression analysis and MRA test. The results of this study indicate that the firm size variable has a positive effect on corporate zakat. This study also shows that the Islamic Social Reporting variable cannot moderate the relationship between company size and company zakat.*

**Keywords :** *Company Size, Islamic Social Reporting, Corporate Zakat*

### **1. PENDAHULUAN**

Pandemi virus Covid-19 mengakibatkan perkembangan ekonomi dunia mengalami dampak yang signifikan. Di Indonesia penyebaran Covid-19 yang sangat cepat akan memperparah ekonomi Indonesia. Hal tersebut terjadi karena kebijakan untuk memutus rantai penyebaran virus yang dikeluarkan oleh pemerintah, seperti Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) mengakibatkan sejumlah perusahaan mati karena masyarakat yang membatasi tingkat konsumsi. Keadaan ini mengakibatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia menjadi terhambat (Sumadi, 2020).

Salah satu upaya strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah melalui perbankan, karena perbankan memiliki peran utama untuk menjaga stabilitas sistem keuangan di Indonesia. Perbankan syariah mengalami peningkatan dari tahun ke tahun karena mayoritas masyarakat Indonesia adalah seorang muslim yang mengakibatkan masyarakat sadar bahwa bunga bank adalah riba. Peningkatan ini mencerminkan bahwa potensi perbankan syariah di Indonesia memberikan dampak yang positif (Sumiyati, 2019).

Peningkatan bank syariah akan berdampak terhadap jumlah zakat perusahaan yang akan dikeluarkan. Zakat perusahaan merupakan salah satu potensi besar yang dimiliki negara, tetapi belum dapat terkumpul secara maksimal. Dasar hukum kewajiban zakat perusahaan ini terdapat dalam Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 mengenai pengelolaan zakat, yang menyatakan bahwa muzakki adalah seseorang yang beragama islam atau badan usaha yang memiliki kewajiban untuk membayar zakat (Kholidah et al., 2020).

Potensi zakat yang telah ditentukan pada tahun 2021 menjadi sorotan karena terlalu lebar potensi zakat yang ditentukan dengan realisasi zakat yang diterima. Potensi zakat yang ditentukan mencapai Rp300 triliun bertolak belakang dengan keadaan yang sebenarnya yang hanya menerima Rp71,04 triliun. Hal tersebut menunjukkan bahwa kesadaran dan kepedulian perusahaan untuk membayarkan zakat masih kurang (<https://finansial.bisnis.com>), sedangkan zakat memiliki peranan penting untuk pertumbuhan ekonomi dan mengatasi permasalahan kemiskinan. Banyak hal yang dapat mempengaruhi zakat perusahaan. Dalam penelitian ini, variabel yang menjadi objek adalah ukuran perusahaan dengan moderasi islamic social reporting.

Ukuran perusahaan merupakan nilai atas besar kecilnya perusahaan yang dapat menjadi faktor perusahaan menentukan kemampuan dalam menghasilkan laba. Ukuran perusahaan perbankan lebih dilihat dari total aset, karena pembiayaan, investasi dan, total aset yang stabil dari tahun ke tahun (Sumiyati, 2019). Aset yang besar dan pengelolaan yang baik dari bank syariah akan meningkatkan pendapatan yang besar, sehingga keuntungan yang diperoleh juga akan meningkat. Perusahaan yang besar dengan sumber daya yang lebih memadai akan lebih dapat meningkatkan tingkat keuntungan daripada perusahaan yang lebih kecil. Semakin meningkat keuntungan yang dimiliki bank syariah maka semakin besar pula zakat yang akan dibayarkan. Hal ini karena untuk menghitung zakat yang dibayarkan dihitung dengan keuntungan yang diperoleh (Kholidah et al., 2020). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Utari et al., (2019), Kholidah et al., (2020), serta Widiastuty (2019) menunjukkan bahwa berpengaruh positif ukuran perusahaan terhadap zakat perusahaan. Hasil berbeda ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Afandi (2019) yang menunjukkan bahwa tidak berpengaruh ukuran perusahaan terhadap zakat perusahaan.

Pengungkapan tanggung jawab perusahaan berbasis syariah yang disebut dengan Islamic Social Reporting (ISR) merupakan strategi manajemen untuk meningkatkan nilai dan kualitas perusahaan. Indeks ISR yang dilakukan dalam jangka panjang akan meningkatkan reputasi dan mencerminkan peningkatan kinerja perusahaan dari hubungan timbal balik dengan lembaga pemerintah, pemangku kepentingan, dan pemegang saham (Herwanti et al., 2016). Semakin besar ukuran perusahaan maka pengungkapan ISR semakin baik, karena dengan penerapan ISR ini akan meningkatkan keyakinan masyarakat dan investors terhadap perusahaan. Hal ini akan mengakibatkan semakin tinggi pula zakat yang disetorkan (Kalbarini, 2018)

Penelitian terdahulu tentang zakat dan faktor yang mempengaruhi telah dilakukan oleh Wardani et al., (2020) dengan menggunakan variabel Islamic Social Reporting (ISR) sebagai moderasi pada pengaruh profitabilitas terhadap zakat perusahaan. Pada penelitian ini mengubah variabel profitabilitas menjadi variabel ukuran perusahaan, karena terdapat perbedaan hasil dengan penelitian terdahulu dan adanya fenomena mengenai belum maksimalnya perolehan zakat yang telah ditentukan. Motivasi dilakukan penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh moderasi ISR pada pengaruh ukuran perusahaan terhadap zakat Bank Umum Syariah (BUS). Berdasarkan uraian di

atas dapat dibangun pertanyaan penelitian apakah ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap zakat perusahaan dan apakah Islamic Social Reporting (ISR) dapat memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap zakat perusahaan. Hal ini maka terdapat 2 tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap zakat perusahaan dan untuk mengetahui apakah Islamic Social Reporting (ISR) dapat memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap zakat perusahaan

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **Syariah Enterprise Theory**

Kalbarini (2018) mengungkapkan bahwa Syariah Enterprise Theory (SET) merupakan teori yang menyatakan bahwa Allah sebagai sumber utama serta sebagai sumber daya para stakeholders. Sang Maha Pemberi Amanah telah menetapkan sebuah tanggungjawab yang melekat dalam penggunaan, cara, dan tujuan.

Syariah enterprise theory ini berhubungan dengan zakat karena zakat merupakan kewajiban perusahaan, sedangkan syariah enterprise theory merupakan pertanggungjawaban perusahaan terhadap Allah SWT, manusia, dan alam semesta. Hal ini menunjukkan bahwa syariah enterprise theory memiliki kepedulian tidak hanya terhadap kepentingan individu (pemegang saham) melainkan juga terhadap pihak-pihak lain atau para stakeholder yang lebih luas (Kusnasari, 2018).

### **Zakat Perusahaan**

Sumiyati (2019) menyatakan bahwa zakat perusahaan menurut aturan dalam agama dan perundang-undangan merupakan amanah dan tanggung jawab yang bertujuan untuk mencapai kemaslahatan dan keberkahan. Perusahaan yang berorientasi pada zakat akan memaksimalkan pencapaian laba sebagai sasaran untuk mencapai tujuan akhir yaitu zakat. Pencapaian laba ini dalam perusahaan diperoleh dari kegiatan perdagangan. Setiap harta yang diperoleh dari penjualan ini harus dikeluarkan zakatnya untuk mencapai keadilan bagi sesama.

### **Ukuran Perusahaan**

Masrurroh & Mulazid (2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan merupakan penetapan terhadap besar kecilnya perusahaan. Untuk mengukur ukuran perusahaan ini dilihat dari total aset perusahaan. Total aset yang semakin besar menunjukkan jumlah harta yang dimiliki perusahaan. Semakin besar harta ini akan menimbulkan rasa aman bagi investor terhadap resiko kerugian, sehingga investasi perusahaan meningkat.

### **Islamic Social Reporting (ISR)**

Setiawan et al., (2019) menyatakan bahwa Islamic Social Reporting (ISR) merupakan tanggung jawab secara sukarela oleh emiten syariah sebagai pertanggungjawaban terhadap Allah dan masyarakat yang harus disadari oleh kesadaran sendiri oleh perusahaan. Islamic Social Reporting (ISR) juga dapat meningkatkan kegiatan bisnis yang transparan dengan informasi yang sesuai kebutuhan para pengambil keputusan. Untuk melaksanakan Islamic Social Reporting (ISR) secara maksimal harus diperkuat dengan kinerja keuangan yang baik.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Zakat Perusahaan**

Ukuran perusahaan perbankan lebih dilihat dari total aset, karena pembiayaan, investasi dan total aset yang stabil dari tahun ke tahun (Sumiyati, 2019). Aset yang besar dan

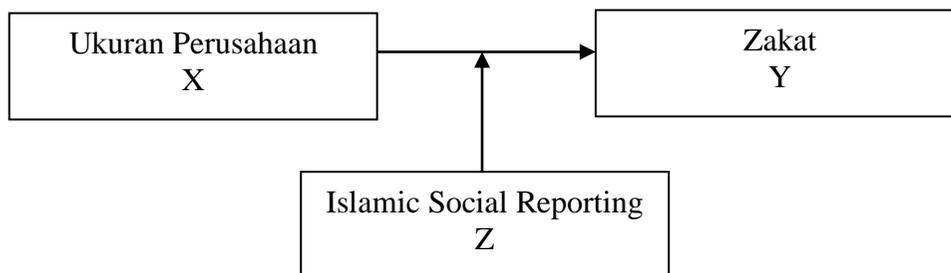
pengelolaan yang baik dari bank syariah akan meningkatkan pendapatan yang besar, sehingga keuntungan yang diperoleh juga akan meningkat. Perusahaan yang besar dengan sumber daya yang lebih memadai akan lebih dapat meningkatkan tingkat keuntungan daripada perusahaan yang lebih kecil. Semakin meningkat keuntungan yang dimiliki bank syariah maka semakin besar pula zakat yang akan dibayarkan. Hal ini karena untuk menghitung zakat yang dibayarkan dihitung dengan keuntungan yang diperoleh (Widiastuty, 2019).

H1 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap zakat perusahaan.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Zakat Perusahaan dengan Islamic Social Reporting (ISR) sebagai variabel moderasi**

Islamic Social Reporting (ISR) memperkuat hubungan ukuran perusahaan terhadap zakat perusahaan, karena adanya ISR akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Hal ini didukung dengan Syariah Enterprise Theory (SET) yang menyatakan bahwa sumber daya yang dikuasai oleh para stakeholders merupakan amanah dari Allah yang akan dipertanggungjawabkan. Semakin besar ukuran perusahaan maka pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) semakin baik, karena dengan penerapan ISR ini akan meningkatkan keyakinan masyarakat dan investors terhadap perusahaan. Hal ini akan mengakibatkan semakin tinggi pula zakat yang disetorkan (Kalbarini, 2018).  
H2 : Islamic Social Reporting (ISR) memperkuat pengaruh ukuran bank berpengaruh positif terhadap zakat perusahaan.

### Kerangka Pemikiran



### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan bentuk penelitian kuantitatif yang menggunakan data sekunder dalam laporan tahunan bank umum syariah selama tahun 2014-2020. Penelitian ini menggunakan Bank Umum Syariah (BUS) Indonesia sebagai populasi selama tahun 2014-2020. Dari populasi ini, diambil beberapa perbankan syariah sebagai sampel penelitian. Data tersebut diperoleh melalui website situs otoritas jasa keuangan ([www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)) dan Bank Indonesia ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)). Teknik yang digunakan untuk pengampilan sampel merupakan teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan uji asumsi klasik (uji heteroskedastisitas, uji normalitas, uji autokorelasi, dan uji multikolinearitas) dan uji hipotesis (uji analisis regresi sederhana, uji fit model, uji analisis regresi moderasi, uji parsial t, dan uji koefisien determinasi). Kriteria yang digunakan diantaranya sebagai berikut:

Bank umum syariah yang selama tahun 2014-2020 ada di Indonesia.  
 Bank umum syariah yang laporan keuangannya telah mempublikasikan zakat.  
 Bank umum syariah yang tidak mengalami kerugian atau profit, karena zakat dihitung menggunakan profit.  
 Bank umum syariah yang memiliki kelengkapan informasi tentang variabel yang diteliti.  
 Bank umum syariah yang selama tahun 2014-2020 tidak delisting.

**Definisi Operasional Variabel**

**Zakat Perusahaan**

Afandi (2019) menyatakan bahwa zakat perusahaan merupakan kewajiban perusahaan atas kekayaan yang dimiliki dengan syarat telah memenuhi sebagai muzaki (wajib zakat) yang dibayarkan kepada mustahik (penerima zakat) yang bertujuan untuk menyucikan kekayaannya. Zakat perusahaan dapat dihitung dengan model aktiva bersih. Dalam penelitian ini peneliti mengikuti perhitungan yang dilakukan oleh (Kholidah et al., 2020).

$$\text{Zakat} = \text{Laba Perusahaan Sebelum Pajak dan Zakat} \times 2,5\%$$

**Ukuran Perusahaan**

Sumiyati (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dijadikan sebagai faktor yang menentukan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Ukuran perusahaan lebih cenderung dilihat dari total aset mengingat produk utama perbankan adalah pembiayaan serta investasi dan juga total aset suatu perusahaan lebih stabil dari tahun ke tahun.  
 $\text{Size} = \text{Ln of Total Asset}$

**Islamic Social Reporting (ISR)**

Islamic social reporting merupakan pengungkapan secara sukarela atas tanggung jawab perusahaan terhadap Allah dan masyarakat serta memberikan informasi yang relevan dengan kebutuhan para pengambil keputusan dan meningkatkan transparansi kegiatan bisnis. Pengukuran ISR menggunakan metode scoring (nilai 1 apabila item pada Islamic Social Reporting (ISR) indeks dapat dalam data annual report, dan nilai 0 diberikan apabila sebaliknya (Setiawan et al., 2019).

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

**4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif  
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X_Ukuran Perusahaan	4228,728		32,474	30,54366	1,064250
Y_Zakat	42259450000,0047774400000,0010456556866,619112623738987,01186				
Z_ISR	42,35	,87		,7188	,11549
Valid (listwise)	N 42				

Sumber: Data sekunder, 2021, diolah.

Hasil tabel 1 menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki rata-rata sebesar 30,54366 dengan standar deviasi sebesar 1,064250. Variabel zakat perusahaan memiliki rata-rata sebesar 10.456.556.866 dengan standar deviasi sebesar 12.623.738.987. variabel *Islamic Social Reporting* (ISR) sebagai variabel *Moderating* memiliki rata-rata sebesar 0,7188 dengan standar deviasi sebesar 0,11549.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		38
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	-2142549744,6198700
	Std. Deviation	9424979008,19036100
Most Extreme Differences	Absolute	,219
	Positive	,219
	Negative	-,134
Kolmogorov-Smirnov Z		1,352
Asymp. Sig. (2-tailed)		,052

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data sekunder, 2021, diolah

Tabel 2 menunjukkan tingkat signifikansi sebesar  $0,052 > 0,05$  dan kolmogorov-Sminorv sebesar 1,352 sehingga menunjukkan bahwa data terdistribusi normal

Uji Multikolinieritas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X_ukuran perusahaan	,779	1,283
	Z_ISR	,779	1,283

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber: Data sekunder, 2021, diolah

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* ukuran perusahaan sebesar 0,779 dan memiliki nilai VIF 1,283. Nilai *Tolerance Islamic Social Reporting* (ISR) sebesar 0,779 dan memiliki nilai VIF 1,283. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *Tolerance*  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$  sehingga menunjukkan tidak terdapat gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	-64473684592,981	33542486785,603		-1,922	,063
<sup>1</sup> X_ukuran perusahaan	2409009434,972	1194349194,784	,363	2,017	,051
Z_ISR	-3608225536,003	10796034127,305	-,060	-,334	,740

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber: Data sekunder, 2021, diolah

Tabel 4 dengan menggunakan uji *glejser* menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari masing-masing variabel lebih dari 0,05. Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,051 dan variabel *Islamic Social Reporting* (ISR) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,740. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi  
Autocorrelations

Series: Unstandardized Residual

Lag	Autocorrelation	Std. Error <sup>a</sup>	Box-Ljung Statistic		Sig. <sup>b</sup>
			Value	df	
1	,228	,156	2,142	1	,143
2	,035	,154	2,195	2	,334
3	,001	,152	2,195	3	,533
4	-,132	,150	2,969	4	,563
5	-,167	,147	4,253	5	,514
6	-,007	,145	4,256	6	,642
7	,066	,143	4,470	7	,724
8	,038	,140	4,544	8	,805
9	,027	,138	4,583	9	,869
10	,048	,136	4,705	10	,910
11	-,037	,133	4,784	11	,941
12	-,047	,131	4,911	12	,961
13	-,038	,128	4,997	13	,975
14	-,022	,126	5,028	14	,985
15	,049	,123	5,186	15	,990
16	,017	,120	5,206	16	,995

a. The underlying process assumed is independence (white noise).

b. Based on the asymptotic chi-square approximation.

Sumber: Data sekunder, 2021, diolah

Tabel 5 dengan menggunakan uji Ljung Box menunjukkan bahwa semua nilai 16 lag memiliki nilai signifikan kurang dari dua. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi.

#### Uji Hipotesis

Hasil Uji Hipotesis 1

Analisis Regresi Sederhana

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi sederhana

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	-144143546181,997	44808822935,858		-3,217	,003
1 X_ukuran perusahaan	4991398673,755	1466886232,645	,493	3,403	,002

a. Dependent Variable: Y\_Zakat

Sumber: Data sekunder, 2021, diolah

Tabel 6 menunjukkan variabel ukuran perusahaan memiliki nilai t hitung > t tabel yaitu sebesar 3,403 > 2,032245 dan nilai sig sebesar 0,002 < 0,05. Hal ini menjelaskan bahwa H1 diterima atau ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap zakat.

#### Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,493 <sup>a</sup>	,243	,222	9560472937,16792

a. Predictors: (Constant), X\_ukuran perusahaan

Sumber: Data sekunder, 2021, diolah

Tabel 7 menunjukkan nilai dari Adjusted R Square sebesar 22,2%. Hal ini berarti variabel ukuran perusahaan mampu memprediksi sebesar 22,2%, sedangkan lainnya yaitu sebesar 77,8% dipengaruhi dari faktor lain.

**Uji Moderating Regression Analysis (MRA)**

**Tabel 8. Hasil Uji MRA Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	440013169776,401	381797148462,992		1,152	,257
1 X_ukuran perusahaan	-14431691786,571	12623679586,392	-1,426	-1,143	,261
Z_ISR	-788797277852,188	519966305791,357	-8,624	-1,517	,139
XZ	26169692004,186	17121095763,960	9,721	1,529	,136

a. Dependent Variable: Y\_Zakat

Sumber: Data sekunder, 2021, diolah

Tabel 8 menyatakan hasil uji MRA menunjukkan bahwa variabel moderasi profitabilitas dengan *Islamic Social Reporting* (ISR) memiliki nilai signifikansi 0,136 > 0,05 dan memiliki t hitung < t tabel yaitu 1,529 < 2,032245. Hal ini menunjukkan bahwa *Islamic Social Reporting* (ISR) tidak dapat memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan terhadap zakat perusahaan atau H2 ditolak.

**Uji Koefisien Determinasi**

**Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	RStd. Error of the Estimate
1	,543 <sup>a</sup>	,295	,233	9497420494,17148

a. Predictors: (Constant), XZ, X\_ukuran perusahaan, Z\_ISR

Sumber: Data sekunder, 2021, diolah

Tabel 9 menyatakan nilai Adjusted R Square sebesar 23,3%%. Hal ini memiliki arti bahwa 23,3% zakat perusahaan dipengaruhi oleh ukuran perusahaan, *Islamic Social Reporting* (ISR) dan interaksi antara ukuran perusahaan dengan *Islamic Social Reporting* (ISR), sedangkan 76,7% dipengaruhi oleh faktor lain selain pada penelitian ini.

**Uji Fit Model**

**Tabel 10. Hasil Uji Fit Model**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1281965198683652500000,000	3	427321732894550800000,000	4,737	,007 <sup>b</sup>
1 Residual	3066833865465685600000,000	3490200996043108400000,000			
Total	4348799064149338400000,000	37			

a. Dependent Variable: Y\_Zakat

b. Predictors: (Constant), XZ, X\_ukuran perusahaan, Z\_ISR

Sumber: Data sekunder, 2021, diolah

Tabel 10 menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar  $4,737 > 3,28$  F tabel serta tingkat signifikan  $0,007$ . Hal ini menunjukkan bahwa nilai F hitung yang lebih besar dari F tabel serta nilai signifikan dibawah  $0,05$  sehingga variabel independen secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi zakat perusahaan.

## Pembahasan

### Pengujian Hipotesis 1

Hipotesis pertama yang mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap zakat perusahaan terbukti atau diterima. Hal ini berdasarkan pada tabel 6 yang menunjukkan variabel ukuran perusahaan memiliki nilai t hitung  $> t$  tabel yaitu sebesar  $3,403 > 2,032245$  dengan nilai sig sebesar  $0,002 < 0,05$ . Hal ini menjelaskan bahwa ukuran perusahaan dapat meningkatkan zakat.

Pernyataan ini didukung oleh Syariah Enterprise Theory (SET) yang menyatakan bahwa sumber daya yang dimiliki stakeholders merupakan tanggung jawab yang melekat pada perusahaan yang akan dimintai pertanggungjawaban kepada Allah. Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba, sehingga semakin besar perusahaan maka semakin besar zakat yang akan dikeluarkan. Hal ini merupakan bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan kepada Allah.

### Pengujian Hipotesis 2

Hipotesis kedua yang mengungkapkan bahwa Islamic Social Reporting (ISR) dapat memperkuat pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap zakat perusahaan tidak terbukti atau ditolak. Pada tabel 8 dapat dilihat bahwa variabel moderating memiliki nilai signifikan  $0,136 > 0,05$  dengan nilai t hitung  $< t$  tabel yaitu sebesar  $1,529 < 2,032245$ . Hal ini menjelaskan bahwa Islamic Social Reporting (ISR) tidak dapat memperkuat hubungan ukuran perusahaan terhadap zakat perusahaan.

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa Islamic Social Reporting (ISR) tidak dapat memperkuat pengaruh positif hubungan ukuran perusahaan dengan zakat perusahaan. Hal ini diperkuat dengan teori signaling yang merupakan tindakan berupa informasi yang mencerminkan kondisi perusahaan yang dapat bermanfaat bagi investor. Semakin besar ukuran perusahaan belum tentu memiliki tanggung jawab sosial untuk mengungkapkan ISR lebih luas, karena investor tidak hanya meninjau dari seberapa besar perusahaan namun juga dari sisi laporan keuangan, nama baik, dan juga kebijakan deviden

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini diperoleh dua kesimpulan. Pertama, ukuran perusahaan yang diukur dengan total aset yang dimiliki Bank Umum Syariah di Indonesia selama 2014-2020 memiliki pengaruh positif terhadap zakat perusahaan. Kedua, adanya variabel Islamic Social Reporting (ISR) dengan menggunakan analisis Moderating Regression Analysis tidak dapat memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap zakat perusahaan. Dalam penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu tidak dapat menggeneralisasikan perbankan lain yang ada di Indonesia karena hanya menggunakan bank umum syariah, jangka waktu yang digunakan belum dapat memperlihatkan kondisi perusahaan sesungguhnya, dan pengungkapan ISR yang belum maksimal.

Implikasi dalam penelitian ini bagi perusahaan dapat menjadi informasi tambahan mengenai kewajiban bezaat yang dapat bermanfaat untuk pertumbuhan

ekonomi. Pertumbuhan ekonomi yang baik tentu akan memberikan dampak positif bagi perusahaan, selain itu juga dapat menjadi informasi tambahan bagi perusahaan untuk lebih memaksimalkan pengungkapan ISR. Pengungkapan ISR yang maksimal akan berpengaruh baik untuk perusahaan. Penelitian selanjutnya dapat ditambahkan dengan subjek penelitian yaitu bank konvensional dan membandingkan dengan bank syariah, selain itu peneliti selanjutnya dapat menambah jangka waktu sehingga data lebih dapat memperlihatkan kondisi perusahaan. Penelitian selanjutnya juga dapat mengembangkan dan menambah kebaruan dari penelitian ini

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Afandi, M. A. (2019). Profitability Variables and Bank Size Effects on Corporate Zakat: Evidence from Indonesian Islamic Banks. *International Journal of Zakat*, 4(23), 55–66.
- [2]. Herwanti, T., Irwan, M., & Fitriyah, N. (2016). Pengaruh Tingkat Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) terhadap Profitabilitas dan Dampaknya terhadap Zakat Perusahaan. *Jurnal Valid*, 13(04), 396–413.
- [3]. Kalbarini, R. Y. (2018). Implementasi Akuntabilitas dalam Sharia Enterprise Theory di Lembaga Bisnis Syariah ( Studi Kasus : Swalayan Pamela Yogyakarta ). *Al-Tijary Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 1–11.
- [4]. Kholidah, N., Arifiyanto, M., & Hakim, M. R. (2020). The Effect of Profitability, Company and Board of Commissioners' Size on Zakat Expenditure in Islamic Bank. 436, 465–468. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200529.097>
- [5]. Kusnasari, S. D. (2018). Pelaksanaan Corporate Social Responsibility yang terdapat pada Perbankan Syariah dalam Prespektif Shariah Enterprise Theory Studi kasus pada Bank BRI Syariah dan Bank Mandiri Syariah. 1–23.
- [6]. Masurroh, D. A., & Mulazid, A. S. (2017). Return On Asset (Roa), Financing Deposit Ratio (Fdr) Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2012-2015. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 1–18. <https://core.ac.uk/download/pdf/266976174.pdf>
- [7]. Setiawan, I., Swandari, F., & Dewi, D. M. (2019). Pengaruh Pengungkapan Islamic Social Reporting (Isr) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Moderating. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 6(2), 168. <https://doi.org/10.20527/jwm.v6i2.150>
- [8]. Sumadi, S. (2020). Menakar Dampak Fenomena Pandemi Covid-19 Terhadap Perbankan Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1, 145. <https://doi.org/10.30595/jhes.v0i1.8761>
- [9]. Sumiyati, A. (2019). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengeluaran Zakat Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*, 5(1), 1–9. <https://doi.org/10.17509/jpak.v5i1.15379>
- [10]. Utari, R., Monoarfa, H., & Ninglasari, S. Y. (2019). Factors Influencing Corporate Zakat Expenditure ( Case Study of Islamic Banks in Indonesia Period 2015-2017 ). *International Conference on Islamic Economics, Business, and Philanthropy (ICIEBP)*, 2019(2009), 413–427. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i13.4220>
- [11]. Wardani, D. K., Putry, N. A. C., & Lestari, R. E. (2020). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Zakat Bank Syariah Dengan Islamic Social Reporting (ISR) Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Akuntansi Manajerial*, 5(2), 1–11.

- [12]. Widiastuty, T. (2019). Peran ukuran bank, risiko permodalan, dan tingkat inflasi terhadap pengeluaran zakat bank umum syariah. Prosiding Seminar Nasional Pakar, 2013, 1–6.