

DISERTASI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN
INFORMASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL (CSR-Disclosure) PADA
LAPORAN TAHUNAN INDUSTRI HALAL BERDASARKAN TAWHIDI
EPISTEMOLOGY APPROACH**

Ujian Terbuka



Disusun oleh :

Budiandru

NPM : 222121205

Kepada :
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM DOKTOR ILMU EKONOMI
UNIVERSITAS TRISAKTI
JAKARTA
2019



UNIVERSITAS TRISAKTI

PROGRAM DOKTOR ILMU EKONOMI
UNIVERSITAS TRISAKTI

PERSETUJUAN DISERTASI

Nama : Budiandru
NIM : 222121205
Program Studi : Program Doktor Ilmu Ekonomi
Konsentrasi : Ekonomi dan Keuangan Syariah

No.	Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Prof. Dr. Itjang D. Gunawan.,Ak. (Ketua Program Doktor Akuntansi Universitas Trisakti)		23/7/20
2.	Prof. Dr. Farida Djasfar (Ketua Program Doktor Ilmu Ekonomi)		23/7-2020
3.	Prof. Dr. Prof. Dr. Yuswar Z. Basri.,Ak.,CPA. (Promotor)		23/7-20
4.	Dr. Bambang Budhijana (Co-Promotor)		24/7-20
5.	Dr. Tatik Mariyanti (Co-Promotor)		
6.	Prof. Dr. Ety Naser M.,Ak. (Penguji)		6/8 20
7.	Dr. Anwar Ibrahim (Penguji)		24/7-2020
8.	Dr. Hermi (Penguji)		5/8-20.

DISERTASI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN
INFORMASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL (*CSR-Disclosure*) PADA
LAPORAN TAHUNAN INDUSTRI HALAL BERDASARKAN *TAWHIDI*
EPISTEMOLOGY APPROACH

Ujian Terbuka



Disusun oleh :

Budiandru

NPM : 222121205

Kepada :
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM DOKTOR ILMU EKONOMI
UNIVERSITAS TRISAKTI
JAKARTA
2019



UNIVERSITAS TRISAKTI

**PROGRAM DOKTOR ILMU EKONOMI
UNIVERSITAS TRISAKTI**

**PERSETUJUAN
KOMISI PROMOTOR UNTUK MENGIKUTI
SIDANG TERTUTUP**

PROMOTOR

CO-PROMOTOR

CO-PROMOTOR

Prof. Dr. Yuswar Z. Basri., Ak., MBA

Dr. Bambang R. Budhijana

Dr. Tatik Mariyanti. M. Si

Tanggal :

Tanggal :

Tanggal :

KETUA KONSENTRASI

Sustainable Dev. Mngt / Service Mngt / Islamic Economis and Finance / Accounting

Prof. Dr. Hj. Farida Djasfar, ME, PhD

Tanggal :

Nama Mahasiswa : Budiandru
NIM : 222121205
Konsentrasi : Accounting & Islamic Economics and Finance
Judul Penelitian : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Tanggung Jawab Sosial (CSR-Disclosure) pada Laporan Tahunan Industri Berdasarkan Tawhidi Epistemology Approach.



**PROGRAM DOKTOR ILMU EKONOMI
UNIVERSITAS TRISAKTI**

PERSETUJUAN DISERTASI

Nama : Budiandru
NIM : 222121205
Program Studi : Program Doktor Ilmu Ekonomi
Konsentrasi : Ekonomi dan Keuangan Syariah

No.	Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Prof. Dr. Itjang D. Gunawan.,Ak. (Ketua Program Doktor Akuntansi Universitas Trisakti)		
2.	Prof. Dr. Farida Djasfar (Ketua Program Doktor Ilmu Ekonomi)		
3.	Prof. Dr. Prof. Dr. Yuswar Z. Basri.,Ak.,CPA. (Promotor)		
4.	Dr.Bambang Budhijana (Co-Promotor)		
5.	Dr. Tatik Mariyanti (Co-Promotor)		
6.	Prof. Dr. Ety Naser M.,Ak.		

(Penguji)

7. **Dr. Anwar Ibrahim**

(Penguji)

8. **Dr. Hermi**

(Penguji)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Budiandru**

NIM : 222121205

Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah

Menyatakan bahwa “hasil penelitian” untuk menyusun Disertasi S3 sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi di Program Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Trisakti, sejauh yang saya ketahui ini adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain kecuali telah mencantumkan semua sumber dan referensinya.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, maka bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing atau pihak Program, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jakarta, 27 September 2019

Yang Menyatakan,

Budiandru

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mencari faktor-faktor yang berpengaruh dalam pengungkapan informasi tanggung jawab sosial (*CSR-Disclosure*) pada laporan tahunan industri Halal di Indonesia berdasarkan *Tawhidi Epistemology Approach*. Diantara berbagai factor yang diduga berpengaruh dalam meningkatkan *Performance Financial Reporting* (PER), *Good Corporate Government* (GCG), Audit, *Halal Lifestyle* (HLS) terhadap *Index Sociaty Responsibility*.

Penelitian ini dilakukan secara *purpossive stratified sampling* dengan metode analisis dan uji hipotesis dengan menggunakan alat analisis statistika *structural equation model* (SEM) pada program *Lisrel 8.8* dengan *tawhidi string relation approach* berdasarkan pendekatan al-Qur'an dan As-Sunnah .

Hasil penelitian ini menghasilkan penemuan untuk memperkuat Tauhid (*tawahidi string relation*) dalam mengungkapkan informasi pertanggungjawaban sosial (*CSR Disclosure*) pada laporan keuangan tahunan perusahaan industri Halal di Indonesia yakni secara simultan *Halal Lifesytle*, *Performance Reporting*, *Good Corporate Governence* dan *Audit berpengaruh saling Intergration, Interaction dan Evolusi (IIE) berpasangan (fairness)*, sehingga *Tawhidi Epistemology Approach*, telah mempunyai pengaruh yang kuat *halal lifestyle* dan kinerja perusahaan dengan mengalami peningkatan *learning process* kepercayaan *stakeholder* dan masyarakat sosial dalam pengungkapan penyajian informasi sosial di laporan keuangan tahunan industri halal. Namun tidak terdapat pengaruh signifikan *Performance of Financial Reporting* terhadap *Corporate Sociaty Responsibility*.

Penelitian ini membantu manajemen dalam meningkatkan kinerja perusahaan industri Halal. Berdasarkan hasil temuan penelitian, maka penulis ingin memberikan masukan dan semoga dapat bermanfaat bagi kelangsungan kinerja perusahaan industri halal dimasa yang akan datang.

Kata Kunci : Perusahaan industry, *Halal Lifestyle*, *CSR-Disclosure*, Kinerja Laporan Keuangan, *Good Corporate Government*, Audit, dan *Tawhidi String Relation*. *Circular Cousation*

Abstract

This study aims to find the factors that influence the disclosure of corporate social responsibility (CSR-Disclosure) in the annual report of Company Halal Industry in Indonesia. Among the various factors thought to influence Performance Financial Statement (PER), Good Corporate Government (GCG), Audit, Halal Lifestyle (HLS) based on Index Society Responsibility

This study was conducted in purposive stratified are using structural equation model statistical analysis tools which Lisrel 8.8 program with Tawhidi String Relation based on al-Qur'an and Assunnah.

The results of this research resulted in strengthened Tauhid (Tawahidi string relation) in disclosing social Responsibility information (CSR Disclosure) in the annual financial report of the company's Halal industry in Indonesia, which are simultaneously Halal Lifestyle, Performance Reporting, Good Corporate Governance and Audit influencing mutual Integration, Interaction and Evolution (IIE) in pairs (fairness), so that the Tawhidi Epistemology Approach, has had a strong influence on halal lifestyle and company performance by increasing the learning process of stakeholder and social community trust in disclosing the presentation of social information in the annual halal industry financial statements. However, there was no significant effect of Performance of Financial Reporting on Corporate Social Responsibility.

This research to help management improve company performance. Based on the research findings, the authors want to provide input and hopefully can be useful for the continuity of the performance of halal industrial companies in the future.

Keyword : Company industry, Halal Lifestyle, CSR-Disclosure, Performance Financial Report, Good Corporate Government, Audit, Tawhidi String Relation. Circular Cousation.

KATA PENGANTAR

إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ , نَحْمَدُهُ وَنَسْتَعِينُ وَنَسْتَغْفِرُهُ , وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا وَ مِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَلِنَا ,
لَهُ , وَأَشْهَدُ أَنْ مِنْ يَدِهِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ , وَمَنْ يُضِلَّ فَلَا هَادِيَ لَهُ , وَ أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ
مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ.

Artinya : "Segala puji hanya bagi Allah, kami memuji-Nya, memohon pertolongan dan ampunan kepada-Nya, kami berlindung kepada Allah kejahatan diri-diri kami dan kejelekan amal perbuatan kami. Barangsiapa yang Allah beri petunjuk.. maka tidak ada yang dapat menyesatkannya, dan barangsiapa yang Allah sesatkan, maka tidak ada yang dapat memberinya petunjuk. Aku bersaksi bahwasanya tidak ada Illah yang berhak diibadahi dengan benar kecuali Allah se'mata, tiada sekutu bagi-Nya, dan aku bersaksi bahwasanya Nabi Muhammad salallahu 'alahiwasalam adalah hamba dan Rasul-Nya.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ حَقَّ تُقَاتِهِ وَلَا تَمُوتُنَّ إِلَّا وَأَنتُمْ مُسْلِمُونَ

Artinya : "Wahai orang-orang yang beriman! bertakwalah kepada Allah dengan sebenar-benar takwa kepada-Nya dan janganlah kamu mati kecuali melainkan dalam keadaan muslim. (QS. Ali 'Imran: 102)

يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا
وَنِسَاءً وَتَقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا

Artinya : "Wahai manusia! Betakwalah kepada Rabb-mu yang telah menciptakan kamu dari diri yang satu (Adam), dan Allah telah menciptakan pasangannya (Hawa) dari (diri)nya; dan dari keduanya Allah memperkembangbiakannya laki-laki dan perempuan yang banyak. Bertakwalah kepada Allah yang dengan NamaNya, kamu saling meminta, dan (peliharalah) hubungan kekeluargaan. Sesungguhnya Allah selalu menjaga dan mengawasi-mu. (QS. An-Nisaa': 1)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ
فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا

Artinya : "Wahai orang-orang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkalah perkataan yang benar, Niscaya Allah akan memperbaiki amal-amal mu dan mengampuni dosa-dosa-mu. Dan barangsiapa yang mentaati Allah dan RosulNya, maka sungguh ia menang dengan kemenangan yang besar. (QS. Al-Ahzaab, 70-71).

فَإِنَّ أَصْدَقَ الْحَدِيثِ كِتَابُ اللَّهِ وَخَيْرَ الْهُدَى هُدَى مُحَمَّدٍ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَشَرُّ الْأُمُورِ مُحَدَّثَاتُهَا وَكُلُّ مُحَدَّثَةٍ بِشُعَةٍ وَكُلُّ بِشُعَةٍ ضَلَالَةٌ وَكُلُّ ضَلَالَةٍ فِي النَّارِ

Artinya : “Sesungguhnya sebenar-benar perkataan adalah Kitabullah (Al-Qur’an) dan sebaik-baik petunjuk adalah petunjuk Muhammad salallahu’alahiwasalam (As-Sunnah). Seburuk-buruk perkara adalah perkara yang diada-adakan (dalam agama), setiap yang diada-adakan (dalam agama) adalah bid’ah, setiap bid’ah adalah sesat, dan setiap kesesatan tempatnya di Neraka.

Alhamdulillahirobbiralamin, segala puji dan syukur hanya kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kepada Penulis rahmat dan hidayahNya. Hanya karena rahmat Allah SWT Penulis diberikan kemudahan dapat menyelesaikan disertasi ini yang berjudul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Tanggung Jawab Sosial pada Laporan Keuangan Tahunan Industri berdasarkan Tawhidi Epistemology Approach" sebagai salah satu syarat kelulusan Program Doktor di Pascasarjana Program Studi Ilmu Ekonomi, Universitas Trisakti.

Disertasi ini disusun memenuhi salah satu syarat dalam meraih gelar Doktor Ilmu Ekonomi konsentrasi Ekonomi dan Keuangan Syariah Universitas Trisakti. Penyusunan disertasi ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak, dan penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Yang saya hormati Pejabat Sementara (pjs) Rektor Universitas Trisakti Prof. dr. Ali Ghufron Mukti, MSc, Ph.D dan Prof. Dr. Bambang Soedharyono, Ak., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti yang telah memfasilitasi kelancaran studi penulis di kampus Trisakti.
2. Yang saya hormati, Prof. Dr. Farida Jasfar, ME, Ph.D selaku Ketua Program Doktor Ilmu Ekonomi, FEB Universitas Trisakti yang telah membantu dan memfasilitasi kelancaran studi dan disertasi penulis serta menjadi bagian dari tim penguji yang telah berkontribusi banyak ide untuk perbaikan disertasi penulis.
3. Yang saya hormati, Prof. Dr. Yuswar Z. Basri., Ak., MBA selaku promotor yang telah memberikan banyak bimbingan dan arahan dalam penyusunan disertasi, yang bersifat teknis penulisan dan substansi materi, Dr. Bambang R. Budhijana selaku Co-Promotor 1 yang telah memberikan banyak masukan ide untuk pengembangan disertasi penulis dan Dr. Tatik Mariyanti M.Si selaku Co-

Promotor 2 yang telah memberikan banyak masukan materi khususnya terkait konsep *Tawhid String Relation* (TSR).

4. Yang saya hormati tim penguji, Prof. Dr. Itjang D. Gunawan, Prof. Dr. Etty Naser Murwaningsari, Ak, MM, CA, Almrh. Prof. Dr. Uswatun Hasanah, Dr. Hermi, Dr. Anwar Ibrahim, Prof. Dr. Farida Jasfar, ME, Ph.D yang telah memberikan banyak masukan untuk perbaikan disertasi ini.
5. Para dosen pengampu mata kuliah di Program S3 IEF yang berasal dalam dan luar negeri yang telah memberikan banyak ilmu kepada penulis dalam bidang Ekonomi dan Keuangan Islam, Terkhusus penulis ucapkan terima kasih banyak kepada Prof. Dr. Masudul Alam Choudhury, yang telah memberikan pemahaman tentang konsep pengetahuan khususnya ilmu ekonomi berdasarkan prinsip ketauhidan (*Tahwid String Relation*).
6. Para staf administrasi program *Islamic Economic and Finance* (IEF) yang telah banyak membantu urusan administrasi penulis selama studi .
7. Orang tua tercinta, Bapak Drs. H Darlius Dahan dan Ibu Hj. Darmena serta Mertua Abah Dani dan Ibu Yayat, atas doa, kasih sayang dan dukungannya serta Doa yang tak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan studi S3 di Universitas Trisakti.
8. Kakak adik (Zakkiandi ST, Meel Akbar SE, Ahmad Barri ST) yang selalu mendoakan dan men-supportnya.
9. Istri tercinta, Dika Purnamasari atas izin dan motivasinya yang luar biasa kepada penulis untuk dapat melanjutkan studi S3 di Universitas Trisakti . Segala bentuk dukungan telah diberikan dan semoga menjadi amal kebaikan yang dibalas Allah SWT. Teruntuk anak tercinta, Muhammad Umar Alfatih dan Amara Fadiah atas pengertian dan ke sholehahannya yang sering ditinggal penulis selama studi S3. Semoga ini memberikan inspirasi bagi anak-anakku tersayang untuk tak pernah lelah dalam menuntut ilmu .
10. Keluarga besar Prodi Ilmu Ekonomi FEB UHAMKA, yaitu Dr. Nuryadi, SE., MM. selaku Dekan yang selama ini telah memberikan banyak dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan studi S3, juga untuk rekan-rekan seperjuangan, Zulpahmi, SE., M.Si., Daram Hermansyah, SE., MM., Sumardi, SE., MM., Dr.

Yadi Nuryadi, ST., MM (Semoga segera menyusul secepatnya untuk studi S3 nya bagi yang belum) dan para staff akademik uhamka yang telah memberikan dukungannya.

11. Rekan-rekan satu angkatan (Intake IX) di program *Islamic Economic and Finance* Universitas Trisakti, yaitu Bu Lili, Pak Dwi, Pak Ino , Pak Ahmad rohimullah, Pak Dharmawan, Pak Ali, Pak Masfar, Amanda terima kasih atas diskusi ilmiah dan keceriaan selama perkuliahan yang tak akan penulis lupakan.

Hasil penelitian ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan banyak masukan dari promotor dan tim penguji. Atas segala perhatiannya, penulis ucapkan banyak terima kasih.

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PERSETUJUAN KOMISI PROMOTOR.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	iii
Abstrak.....	iv
<i>Abstract</i>	<i>vi</i>
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah Penelitian.....	35
1.2.1 Identifikasi Masalah	35
1.2.2 Perumusan Masalah	36
1.3 Tujuan Penelitian	37
1.4 Manfaat Penelitian.....	39
1.4.1 Manfaat Akademik.....	39
1.4.2 Manfaat Praktis	39
1.4.3 Manfaat Kebijakan	40
1.5 Signifikansi Penelitian.....	40
1.6 Sistematika Penulisan.....	41
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	43
2.1 Landasan Teori Akuntansi	43
2.1.1 Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial.....	43

2.1.1.1	Tujuan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial	48
2.1.1.2	Pengungkapan dalam Laporan Keuangan.....	50
2.1.1.3	Pelaporan Informasi Sosial	52
2.1.2	Pertanggungjawaban Sosial dalam Persepektif Akuntansi Islam	54
2.1.2.1	Prinsip Pertanggungjawaban	58
2.1.2.2	Prinsip Keadilan	56
2.1.2.3	Prinsip Kebenaran	59
2.2	Landasan Teori Penelitian	59
2.2.1	Teori Legitimasi	59
2.2.2	Teori Stakeholder	63
2.2.3	Teori Agensi	67
2.2.4	Teori Kontingensi (<i>Contingency Theory</i>).....	69
2.2.5	Model <i>Tawhidi String Relation</i>	70
2.3	Tinjauan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	82
2.3.1	Pengertian <i>Corporate Sosial Responsibility</i>	82
2.3.2	Definisi Konsep <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	82
2.3.3	Konsep <i>Corporate Social Responsibility</i> secara Konvensional	92
2.3.4	Konsep <i>Corporate Social Responsibility</i> Dalam Perspektif Akuntansi Islam.....	93
2.3.5	Perkembangan <i>Corporate Social Responsibility</i> di Indonesia	112
2.3.6	Standar Pengungkapan Informasi Sosial dan Lingkungan di Indonesia	111
2.3.7	Media Pengungkapan Informasi Sosial Lingkungan	112
2.3.8	Tren Pelaporan CSR di Dunia dan di Indonesia	115
2.4	Mekanisme <i>Good Corporate Governance</i>	116
2.4.1	Tinjauan <i>Good Corporate Governance</i>	120

2.4.2	Pengertian <i>Good Corporate Governance</i>	122
2.4.3	Tujuan dan Manfaat <i>Good Corporate Governance</i>	124
2.4.4	Prinsip-prinsip <i>Good Corporate Governance</i>	125
2.4.5	Unsur-unsur <i>Corporate Governance</i>	129
2.4.6	Penilaian Mandiri (<i>Self Assessment</i>).....	130
2.4.7	<i>Good Corporate Governance</i> dalam Perspektif Islam.....	131
2.4.8	Prinsip <i>Good Corporate Governance</i> dalam Islam	131
2.4.9	Prinsip <i>Good Corporate Governance</i> OECD dan KNKG dalam Perspektif Akuntansi Islam	136
2.5	Mekanisme <i>Halal Life Style</i>	139
2.5.1	Pengertian <i>Halal Life Style</i>	140
2.5.2	<i>Halal Life Style</i> menurut Majelis Ulama Indonesia (MUI)	144
2.6	Audit.....	149
2.6.1	Pengertian Audit.....	151
2.6.2	Konsep Audit.....	150
2.7	Variabel Penelitian.....	151
2.7.1	Pengungkapan Indeks CSR	151
2.7.2	<i>Good Corporate Government</i>	157
2.7.3	<i>Halal Lifestyle</i>	162
2.7.4	<i>Performance of Financial Reporting</i>	162
2.7.5	Audit Independen	169
2.8	Penelitian Terdahulu	170
2.9	Kerangka Pemikiran Konseptual.....	176
2.10	Pengembangan Hipotesis Penelitian	181
2.10.1	Perumusan Hipotesis Halal Lifestyle pengaruh positif terhadap <i>Performance of Financial Reporting</i>	182

2.10.2 Perumusan Hipotesis <i>Halal Lifestyle</i> (HLS) berpengaruh positif terhadap <i>Good Corporate Government</i> (GCG)	183
2.10.3 Perumusan Hipotesis <i>Halal Lifestyle</i> (HLS) terhadap Pengungkapan CSR.....	184
2.10.4 Perumusan Hipotesis <i>Performance of Financial Reporting</i> berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR	185
2.10.5 Perumusan Hipotesis <i>Good Corporate Government</i> (GCG) berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR	186
2.10.6 Perumusan Hipotesis Audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR	187
2.10.7 Perumusan Hipotesis <i>Halal Lifesytle</i> , Audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR	188
2.10.8 Perumusan Hipotesis <i>Halal Lifesytle, Good Corporate Government</i> (GCG) berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR	188
2.10.9 Perumusan Hipotesis <i>Halal Lifesytle, Performance of Financial Reporting</i> berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR.....	189
2.10.10 Perumusan Hipotesis dampak <i>Complementary</i> dalam <i>circulair causation Halal Lifesytle, Performance of Financial Reporting, Good Corporate Government</i> (GCG) dan Audit dengan pengujian TSR dalam pengungkapan informasi CSR	190
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	192
3.1 Desain Penelitian.....	192
3.2 Populasi dan Sampel	193
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	195
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	200
3.5 Variabel Penelitian dan Pengukuran	200

3.5.1	Indeks Pengungkapan CSR (Y) dengan ISR Index	201
3.5.2	<i>Good Corporate Governance</i> (X1).....	203
3.5.3	<i>Halal Lifestyle</i> (X2)	205
3.5.4	<i>Performance of Financial Reporting</i> (X3).....	205
3.5.5	Audit	203
3.6	Metode Analisis Data.....	204
3.6.1	Statistik Deskriptif	204
3.6.2	Metode Pengolahan Data dengan SPSS	204
3.6.3	Pengolaan Data dengan SEM	205
3.6.3.1	Uji Normalitas.....	204
3.6.3.2	Metode Estimasi	204
3.6.3.3	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	204
3.6.3.3.1	Spesifikasi Model	204
3.6.3.3.2	<i>Analysis Offending Estimates</i>	204
3.6.3.3.3	Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel	204
3.6.3.3.4	<i>Fitted Test</i>	204
3.7	Analisis Data.....	213
BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN		217
4.1	Deskripsi Data	217
4.2	Analisis dengan SEM.....	217
4.2.1	Uji Normalitas.....	221
4.2.1.1	Metode Estimasi	223
4.2.2	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	219
4.2.2.1	<i>Analysis Offending Estimates</i>	223
4.2.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Teramati	224

4.2.2.2.1	Variabel Laten GCG.....	225
4.2.2.2.2	Variabel Laten PER.....	226
4.2.3	Kontribusi Indikator Variabel terhadap Variabel Penelitian.....	223
4.2.3.1	Variabel Good Corporate Governance	223
4.2.3.2	Indikator Ukuran Dewan Komisaris	223
4.2.3.3	Indikator Ukuran Komite Audit	223
4.2.3.4	Indikator Kepemilikan Manajerial	223
4.2.3.5	Indikator Kepemilikan Asing	223
4.2.4	Variabel <i>Performance of Financial Reporting</i> (PER)	228
4.2.4.1	Indikator Ukuran Perusahaan	223
4.2.4.2	Indikator <i>Profitabilitas</i>	223
4.2.4.3	Indikator <i>Leverage</i>	223
4.3	Uji Kesesuaian Model (<i>Fitted Test</i>).....	229
4.4	Pembahasan dan Hasil Pengujian Hipotesis	232
4.4.1	Pengaruh <i>Halal Lifestyle</i> (HLS) terhadap <i>Performance of Financial Reporting</i> (PER)	240
4.4.2	Pengaruh <i>Halal Lifestyle</i> (HLS) terhadap <i>Good Corporate Government</i> (GCG)	238
4.4.3	Pengaruh <i>Halal Lifestyle</i> (HLS) terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR).....	238
4.4.4	Pengaruh <i>Performance of Financial Reporting</i> (PER) terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR)	243
4.4.5	Pengaruh <i>Good Corporate Government</i> (GCG) terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR)	245
4.4.6	Pengaruh Audit Independen terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR)	247

4.4.7 Pengaruh <i>Halal Lifestyle</i> (HLS), Audit Independen terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR)	249
4.4.8 Pengaruh <i>Halal Lifestyle</i> (HLS), <i>Good Corporate Government</i> (GCG) terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR)	251
4.4.9 Pengaruh <i>Halal Lifestyle</i> (HLS), <i>Performance of Financial Reporting</i> (PER) terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR)	253
4.4.10 Pengujian Hipotesis <i>TSR Approach</i>	255
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI PENELITIAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	267
5.1 Simpulan	262
5.2 Implikasi Penelitian.....	271
5.2.1 Implikasi Teoritis	271
5.2.2 Implikasi Manajerial	273
5.2.3 Keterbatasan Penelitian	275
5.3 Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya.....	276
DAFTAR PUSTAKA	282
Lampiran – Lampiran	287

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.1	<i>Relational Epistemologies : Principle of Pervasive Complementarities</i>	28
1.2	Proses IIE dan Karakteristik Tasbih dan Syuro.....	32
1.3	<i>History of Interaction and Pair-Ness</i>	34
2.1	ISR dalam Teori Mutasi Sel dari Darwin.....	73
2.2	Perkembangan Index SR dalam TSR.....	75
2.3	Skema Index SR dan <i>Circular Causation</i>	75
2.4	Hadirnya Moral dan Etika dalam TSR.....	76
2.5	<i>Tawhidi Relational Epistemologies : Principle of Pervasive Complementarities</i>	81
2.6	Piramida <i>Corporate Social Responsibility</i>	87
2.7	Kerangka Pemikiran.....	182
3.1	<i>Tawhidi String Relation, Circular Causation Concept Its Application to Economic Field</i>	217
3.2	Proses IIE dan Karakteristik <i>Tasbih</i> dan <i>Shura</i>	197
4.1	Dampak <i>Complementary</i> dalam <i>Circular Causation</i> GCG-PER-HLS-AUDIT.....	224

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1.1	Tabel Indeks Kemakmuran Indonesia dibandingkan Negara-negara Asia Tenggara lain tahun 2016.....	292
1.2	Populasi Dibawah Garis Kemiskinan Nasional Indonesia dibandingkan Negara-negara Asia Tenggara lain tahun 2015.....	292
1.3	Ranking Indeks Pengungkapan CSR Industri Halal dalam 5 tahun.....	293
2.1	Tabel <i>Darwin Report</i>	295
2.2	Tabel Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	274
2.3	Tabel <i>Comparative Teori Tawhidi</i>	298
3.1	Tabel Populasi dan Sampel Penelitian.....	277
3.2	Tabel Variabel Penelitian dan Pengukuran.....	301
3.3	Pengukuran Pengungkapan CSR dengan ISR Indeks	302
4.1	Tabel <i>Coefficientsa Model Collenearity Statistic</i>	311
4.2	Tabel Pengujian Validitas untuk Variabel.....	311
4.3	Tabel <i>KMO and Bartlett's test – GCG</i>	312
4.4	Tabel <i>KMO and Bartlett's test – PER</i>	312
4.5	Tabel Kesimpulan Uji Hipotesis antar variabel.....	312
4.6	Tabel <i>Knowledge Induced Basic Analysis</i>	313
6	Tabel Correlations.....	314
7	Kontribusi Indikator Variabel terhadap variabel penelitian.....	315
8	Tabel Data Analisis Perusahaan tahun 2012-2016.....	316

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Melihat data Indeks Kemakmuran Indonesia (IKI) pada 2016 yang lebih baik dari 2015, kita patut memberikan apresiasi positif. Berdasarkan hasil penelitian *Legatum Institute*, Inggris, peringkat IKI meningkat dari 69 menjadi 61 dari 149 negara di dunia. Namun demikian, masih terdapat hal yang harus diperbaiki terutama berkaitan dengan kualitas ekonomi, pendidikan dan layanan kesehatan dalam konteks pembangunan sosial yang merata dan berkelanjutan. Lihat (Lampiran Tabel 1.1).

Adapun (Lampiran Tabel 1.2) menjelaskan bahwa populasi dibawah garis kemiskinan nasional Indonesia dengan Negara-negara Asia Tenggara lain sebesar 10.9% masih jauh dengan Negara Malaysia sebesar 0.6%.

Sesuai dengan teori pembangunan *social triple helix* disebutkan bahwa, pemerintah dan perusahaan memainkan peran kunci dalam upaya mendorong pembangunan sosial yang lebih inklusif sinergi pemerintah dan swasta guna mencapai pembangunan social yang inklusif (pemerintah dan swasta). Dalam konteks ini, *corporate social responsibility* (CSR) adalah platform yang menghadirkan peluang strategis dalam hal penguatan sinergi pemerintah dan swasta guna mencapai pembangunan yang inklusif.

Menyadari hubungan kausal timbal balik itu, tujuan pembangunan inklusif adalah untuk mengurangi eklusi sosial dan kemiskinan. Oleh sebab itu, berbagai

upaya pembangunan harus difokuskan pada aspek-aspek pangkal kemiskinan, seperti ekonomi, pendidikan dan kesehatan.

Bagaimanapun, tanggung jawab sosial perusahaan harus berpedoman pada aspek sosial dan lingkungan. Ini tidak lepas dari asumsi bahwa sebagian besar dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan telah mengubah pola kehidupan masyarakat sekitar serta turut berpengaruh terhadap sumber penghidupan mereka. Seperti hak masyarakat adat terhadap hutan sebagai sumber penghidupan tidak dapat lagi dimanfaatkan jika hutan dieksploitasi oleh perusahaan perkebunan.

Oleh sebab itu, *solution gap* melalui ISO 26000 perusahaan-perusahaan di seluruh dunia sepakat melakukan CSR secara lebih strategis dalam keseharian operasionalnya, salah satunya melalui poin tentang hak asasi manusia (HAM) dan pemberdayaan masyarakat. Poin itu muncul sebagai respons tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat di sekitar area operasinya agar masyarakat juga mendapatkan keuntungan dari operasi perusahaan.

Pada saat bersamaan (*solution gap*), usaha tersebut harus diiringi oleh pengawasan dari pemerintah sebagai pihak yang menjamin bahwa kehadiran pihak swasta dapat membawa keuntungan bagi masyarakat sekitar. Saat ini, usaha pemerintah dalam mengatur kontribusi swasta dapat dilihat dari gencarnya pembuatan peraturan terkait tanggung jawab sosial perusahaan atau UU mengenai CSR. Namun, keberadaan peraturan ini harus dicermati lebih jauh agar makna kontribusi swasta terhadap pembangunan tidak meleset dan tidak hanya menjadi suatu formalitas dalam bentuk sumbangan dana, melainkan instrumen, infaq, sadaqoh dan wakaf (Santoso ; 2011). *Corporate social responsibility (CSR) has evolved as the role of the company in influencing society positively and in a*

productive way. The emergence of corporate social responsibility with empowerment and investment in the community is an example of this impact (Kazmi, Leca, & Naccache, 2015 ; Zubaidah & Mudrifah). “Although firms value the interaction with stakeholders when it comes to CSR activities, few firms follow a structured and planned approach of CSR, and many firms do not allocate enough funds for such activities” (Gautam and Singh, 2010; Mubarak 2019).

Perkembangan industri usaha juga dalam 20 tahun terakhir baik pada pengembangan usaha, volume bisnis serta pasarnya cukup pesat sehingga perlakuan akuntansinya perlu segera disesuaikan dengan cepat dan disepakati dengan penetapan berbagai standar akuntansi keuangan yang bisa diterima dan diaplikasikan. Tantangan untuk pengembangan teori akuntansi sosial atau akuntansi pertanggung jawaban sosial Islam (Harahap, 2008). *CSR in the context of Islam is a concept of corporate social responsibility with dimensions of Islamic economics, Islamic legal, Islamic ethics, and Islamic philanthropy based on Islamic values found in the Qur'an and Hadith (Riswanti, 2017). The company, in its efforts to accommodate the wishes of all stakeholders, can implement the CSR (Arsad, Ahmad, Fisol, Said, & Haji-Othman, 2015).*

Aktivitas perusahaan dalam zsekala besar banyak yang memberikan dampak positif, tetapi juga banyak yang berdampak negatif, baik bagi lingkungan internal maupun eksternal perusahaan. Lingkungan internal seperti tempat bekerja dan para karyawan sedangkan lingkungan eksternal seperti investor, kreditur dan masyarakat serta alam. Informasi tentang aktivitas perusahaan yang berdampak positif dapat diperoleh dengan mudah pada laporan tahunan perusahaan, bahkan seringkali menjadi kebanggaan perusahaan untuk dipublikasi secara *voluntary*

disclosure. Adapun informasi yang berdampak negatif bagi lingkungan eksternal maupun internal perusahaan, seringkali tidak dipublikasi dan bahkan cenderung ditutupi. Padahal merupakan kewajiban perusahaan untuk melakukan pengungkapan secara berimbang. Seluruh informasi tentang aktivitas perusahaan yang bersifat material dan diperlukan oleh masyarakat harusnya diungkap dalam laporan tahunan perusahaan baik informasi yang bersifat *mandatory* maupun *voluntary disclosure*. Namun pengungkapan aktivitas ini seringkali tidak dilakukan terutama aktivitas yang dapat memberikan dampak negatif bagi lingkungan internal maupun eksternal (Jose, 2006).

Pada *mainstream* akuntansi konvensional, fokus perhatian yang dilayani perusahaan adalah *stockholder* dan *bond holders* sedangkan pihak lain yang sering diabaikan. Bagaimana (*solution gap*) dengan *mainstream* akuntansi Islam? Apakah memiliki *mainstream* yang berbeda? Tentunya cara pandang Islam dalam berbagai permasalahan kehidupan akan menjadi landasan filosofis dan ontologis pengembangan teori akuntansi Islam sehingga *mainstreamnya* dengan akuntansi konvensional jelas akan berbeda. Dewasa ini tuntutan keterbukaan informasi terhadap perusahaan semakin luas, perusahaan diharapkan jangan hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal (investor dan kreditur) tetapi juga karyawan, masyarakat serta konsumen dan para pihak terkait para *stakeholder*. Perusahaan mempunyai tanggungjawab sosial terhadap pihak-pihak diluar manajemen dan pemilik modal. Bagi perusahaan yang hanya berorientasi pada prinsip kapitalisme, kewajiban ini sering diabaikan karena dianggap tidak memiliki kontribusi langsung terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini disebabkan hubungan perusahaan dengan lingkungannya bersifat *non-resiprocal*

yaitu transaksi antara keduanya tidak menimbulkan prestasi timbal balik dalam (Nasir, Kurnia, Hakri, 2013) *CSR basically adopts the triple bottom line concept (Willard, 2012), so while focusing on economic performance, it will also show how companies improve environmental and social performance*. Pada *mainstream* akuntansi Islam, pertanggungjawaban bukan hanya diberikan kepada pemilik modal dan kreditur tetapi pada semua pihak yang memiliki hak baik langsung maupun tidak langsung dan bahkan pertanggungjawabannya kepada Tuhan. *Research conducted by Nugroho and Yulianto (2015) and Listyaningsih et al. (2018) found that institutional ownership had a positive and significant effect on the disclosure of social responsibility in companies registered with the Jakarta Islamic Index.*

Implikasi dari prinsip kapitalisme dalam akuntansi konvensional, perusahaan hanya membatasi diri pada aspek pertukaran barang maupun jasa antara dua atau lebih entitas ekonomi, sedangkan prinsip pertukaran atau transaksi antara perusahaan dan lingkungan sosialnya menjadi tidak diperhatikan. Ini berakibat informasi yang diterima oleh pengguna laporan keuangan menjadi kurang lengkap, terutama mengenai hal-hal yang berhubungan dengan tanggungjawab sosial perusahaan. Sampai saat ini belum terdapat standar atau panduan yang komprehensif dan dapat diterima secara umum mengenai praktik akuntansi sosial, sehingga informasi yang diungkapkan oleh perusahaan menjadi beragam (Fitria & Hartanti, 2010).

Tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, luas dan menyeluruh dan akuntabel serta pelaksanaan *good corporate governance* semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai

aktifitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosial, sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram dalam lingkungan yang sehat dapat terpenuhi. Oleh karena itu, akuntansi konvensional sekarang ini telah banyak menuai kritik karena belum dapat mengakomodasi kepentingan masyarakat secara luas, sehingga munculah konsep akuntansi baru yang disebut sebagai *Social Responsibility Accounting (SRA)* atau Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial, yang menuntut diungkapkannya informasi pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan yang selanjutnya disebut *Corporate Social Responsibility (CSR)*, (Kurniawan, Elissa & Wibowo 2010).

“Corporate social responsibility (CSR) has evolved as the role of the company in influencing society positively and in a productive way. The emergence of corporate social responsibility with empowerment and investment in the community is an example of this impact (Kazmi, Leca, & Naccache, 2015)”.

Sejalan dengan pemikiran-pemikiran yang tersebut di atas, Harahap (2001a), (2003), Harahap & Gunawan (2009) menekankan bahwa pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan adalah suatu keniscayaan baik *mandatory disclosure* maupun *voluntary disclosure*, dan hal ini sejalan dengan pemikiran *Islamic Socio-economic Accounting*. Menurut (Hassan & Harahap, 2010) *Circular Causation* dianjurkan dalam analisis ekonomi islam yang menggunakan model *Tawhidi String Relation (TSR)* dan merupakan pembeda yang perlu diupayakan secara menyeluruh (*kaffah*) terhadap analisis ekonomi lainnya. Pemikiran Harahap berkenaan dengan akuntansi pertanggungjawaban sosial sering disampaikan di berbagai forum seminar nasional maupun internasional terutama yang dikembangkannya di Program Doktorat IEF Universitas Trisakti. Lebih jauh

Harahap & Chowdury (2000) menyatakan bahwa Islam memberikan perhatian utama terhadap pertanggungjawaban sosial bukan hanya domain ilmu akuntansi, sehingga Ilmu Akuntansi tidak dapat dilihat berdiri sendiri sebagai disiplin ilmu tetapi harus dilihat dari multi dimensi keilmuan dalam kesatuan ilmu yang disebut dengan *unity of knowlegdes*. Pendekatan Harahap dan Chowdury dilandaskan pada perspektif *Islamic Epistemology*. Jadi perhatian dalam masalah pertanggungjawaban sosial harus diintegrasikan dalam perspektif keilmuan yang lebih luas (Harahap dan Chowdury, 2010). Islam teaches that Allah the Almighty is the source of everything. The primary source of knowledge in Islamic epistemology is the revelation received by the Prophet from Allah SWT. Therefore, explanation of the source of knowledge in Islamic epistemology is emphasized in (1) the words of Allah in al-Quran and (2) Muhammad SAW as the recipient of the revelation, which in this case refers to the Prophet's Sunnah – everything that comes from Rasulullah (Husaini, 2013: 92-93). Mehdi Golshani (2003: 56) also argues that al-Quran contains all classical and modern science. The book of God covers everything. There is no basic problem in any knowledge that is not shown in the Quran. In the Quran, one can find amazing aspects of the creation of the earth and heaven.

Implikasi dari perspektif ini Chowdury (1992, 2000) mengembangkan *Islamic methodology* yang disebut *Tawhidy String Relation* (TSR) yang dapat diaplikasikan dalam berbagai penelitian dibidang ekonomi dan sosial. Aplikasi dari metodologi ini telah diterapkan dengan baik oleh Mariyanti (2011). dalam penelitian disertasinya tentang faktor-faktor sosial ekonomi yang mempengaruhi penurunan kemiskinan di Indonesia dalam perspektif Islam. Serta pemikiran filosofis teori

TSR ini dapat diterapkan oleh perusahaan dalam aktivitas CSR, diharapkan upaya penyelamatan lingkungan alam (*keep save natural envirointment*) dan lingkungan sosial (*social envirointment*) terutama pembangunan kemanusiaan atau *human development* dapat dilaksanakan lebih baik lagi karena kesadaran akan kehadiran Tuhan yang terintegrasi dengan eksistensi alam semesta dan poros fungsi manusia sebagai *khalifaullah dil ardi* akan tercipta dalam nuansa (*circumstance*) Islam sebagai General System, (Harahap, 1997 dan Chapra, 1982).

Standar Akuntansi Keuangan (*problem gab*) di Indonesia belum mengharuskan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial terutama informasi tentang tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan, implikasinya perusahaan hanya mengungkapkan secara sukarela. Pertimbangan perusahaan ketika mengungkapkan informasi sosial dan laporan keuangannya adalah pertimbangan *cost and benefit*. Bila bermanfaat lebih besar akan diungkapkan dan apabila memiliki implikasi yang cenderung negatif bagi kelangsungan hidup perusahaan, maka tidak akan diungkapkan (Jose, 2010).

Adapun perkembangan terakhir di Indonesia cukup menggembirakan, praktik pengungkapan CSR telah banyak diaplikasikan oleh perusahaan publik. Meskipun secara umum lebih banyak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang langsung bersinggungan dengan isu-isu lingkungan seperti industri tambang, industri dasar dan industri manufaktur. Namun, seiring waktu dengan semakin gencarnya kampanye global dan trend praktik CSR, saat ini beberapa industri lain seperti entitas industri telah menyebutkan aspek pertanggungjawaban sosial dalam laporan tahunannya, meskipun masih dalam bentuk yang relatif sederhana (Fatah, 2014).

CSR merupakan topik yang makin umum dalam dunia bisnis di Indonesia, dimana *fenomena gap* ini dipicu oleh semakin mengglobalnya tren praktik CSR dalam bisnis. Dipasar modal, hal tersebut terlihat dengan mulai adanya penerapan indeks yang memasukan kategori saham-saham perusahaan yang telah mempraktikan CSR. Sebagai contoh, *New York Stock Exchange* memiliki *Dow Jones Sustainability Index (DJSI)*, *London Stock Exchange* memiliki *Socially Responsible Investment (SRI) Index* dan *financial Times Stock Exchange (FTSE)* memiliki *FTSE4Good*. Otoritas bursa saham di Asia bahkan mulai mengikuti inisiatif ini, seperti di *Hanseng Stock Exchange* dan *Singapore Stock Exchange*. Dan di Indonesia, kesadaran mengenai CSR ini terlihat dari makin banyaknya perusahaan-perusahaan yang mengungkapkan informasi CSR dalam laporan keuangan tahunan maupun dalam publikasi lainnya. Pada tanggal 20 Juli 2007 pemerintah mengesahkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mengatur kewajiban perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal *Corporate Social Responsibility*. Dengan berlakunya UU PT ini diharapkan dapat meningkatkan luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan karena *Corporate Social Responsibility* yang semula bersifat *voluntary* menjadi bersifat *mandatory* bagi perusahaan. Termasuk dengan adanya *Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA Award)*, dimana hal ini dapat menjadi nilai tambah bagi citra perusahaan (Fitria, 2010).

Terkait dengan adanya kebutuhan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial di perusahaan industri, saat ini marak diperbincangkan mengenai *Islamic Social Reporting Index* yang selanjutnya akan disebut indeks ISR. Indeks ISR berisi

kompilasi item-item standar CSR yang merujuk ke GRI index kemudian ditambah dengan beberapa dimensi menyangkut kepatuhan terhadap syariah yang ditetapkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution*) dan kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh para peneliti mengenai item-item CSR yang seharusnya diungkapkan oleh suatu entitas usaha. Indeks ISR diyakini dapat menjadi pijakan awal dalam hal standar pengungkapan CSR yang sesuai dengan perspektif Islam. Bila masyarakat menganggap perusahaan tak memperhatikan aspek sosial dan lingkungan serta tak merasakan kontribusinya secara langsung, bahkan merasakan efek negatif dari beroperasinya suatu perusahaan maka kondisi itu akan menimbulkan resistensi masyarakat. Komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan bangsa dengan memperhatikan aspek finansial atau ekonomi, sosial dan lingkungan (*triple bottom line*) itulah yang menjadi topik utama dari *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau tanggung jawab sosial perusahaan.

Sayangnya penelitian mengenai pelaksanaan indeks ISR dilakukan pada entitas keuangan yakni bank-bank syariah, belum dilakukan entitas industri Halal dan baru dilakukan di beberapa negara khususnya dinegara yang cukup banyak seperti Malaysia dan di beberapa negara Arab tetapi belum dilakukan di Indonesia. Entitas industri di Indonesia. saat ini sedang tumbuh cukup cepat, ditambah dengan isu praktik dan pengungkapan CSR yang makin ramai, maka penelitian pada topik ini dapat memberikan kontribusi tambahan kalau tidak cukup disebut sebagai kontribusi baru. Mengingat *skoring* yang dikembangkan oleh beberapa lembaga survey dan ditambah pengembangan konsep dan dimensi pada instrumen penelitiannya yang tercermin pada konten yang banyak peneliti dan sangat

beragam, maka penelitian untuk membandingkan *performance index* CSR antara entitas syariah dan entitas konvensional perlu dilakukan penyesuaian. Hal ini harus dilakukan karena karakteristik pengungkapan CSR pada laporan keuangan atau laporan tahunan entitas industri konvensional dan syariah ada sedikit perbedaan. Penilaian terhadap industri syariah tidak cukup adil jika hanya dengan standar *index* yang dikembangkan oleh GRI dan begitu juga sebaliknya, penilaian terhadap entitas industri konvensional tidak fair jika hanya menggunakan standar AAOIFI. Jadi perlu pengembangan skoring indeks baru yang aplikatif untuk keduanya, sehingga kita dapat membandingkan *performance index* antara entitas industri syariah dan konvensional. Sebagai referensi tentunya tinjauan *Global Reporting Initiative* dengan GRI indexnya dan dari AAOIFI dengan *ISR index* CSR yang dilakukan oleh Oxfam dan diterapkan bagi perusahaan-perusahaan kelompok Hangseng Index. Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan bukti empiris bagaimana kondisi entitas industri Halal di Indonesia dalam praktik pelaporan pengungkapan CSR. Indeks CSR dengan pendekatan *Islamic Social Reporting Index* (Indeks ISR) yang diterapkan di entitas industri Indonesia dapat dilihat dalam (Lampiran Tabel 1.3) dengan tingkatan rangkingnya.

Indeks tanggungjawab sosial pada hakikatnya adalah bagi perusahaan memperhatikan lingkungannya, mulai dari lingkungan fisik lokasi perusahaan beraktivitas maupun lingkungan wilayah pemasaran produk, seperti perusahaan-peusahaan di industri tambang, perkebunan dan manufaktur serta lingkungan sosial dari dampak sosial ekonomi akibat aktivitas dari perusahaan pada seluruh industri. Menurut Hendricksen & Breda (1991) yang menyatakan selain harus menghasilkan profit, perusahaan juga harus membantu memecahkan permasalahan sosial, baik

terkait dengan bidang usahanya atau tidak, perusahaan harus ikut memberikan kontribusi walaupun jika disana tidak memungkinkan ada potensi keuntungan jangka pendek atau jangka panjang. El-Halaby and Hussainey (2016) mengungkapkan “*examine the compliance level of IBs in Middle East and North Africa (MENA) countries that adopt three AAOIFI standards related to Sharia, social and financial disclosure*”.

Menurut WBCSD, “CSR” didefinisikan sebagai :

“CSR is the continuing commitment by bussiness to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as the local community and society at large.”

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan harus dapat berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi, seiring dengan meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat luas. Hal ini bisa dilakukan dengan cara mengerti aspirasi dan kebutuhan *stakeholder* dan kemudian berkomunikasi dan berinteraksi dengan *stakeholder*.

Konsep CSR secara umum menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan tak hanya pada pemiliknya atau pemegang saham saja tapi juga pada *stakeholder* yang terkait dan/atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Perusahaan yang menjalankan kegiatan CSR akan memperhatikan efek operasional perusahaan terhadap kondisi sosial dan lingkungan serta berusaha agar efeknya positif. Sehingga dengan adanya konsep CSR diharapkan kerusakan lingkungan yang terjadi didunia, mulai dari penggundulan hutan, polusi udara, polusi air, hingga perubahan iklim dapat diminimalisir.

Berbagai dampak dari keberadaan perusahaan di tengah masyarakat di dunia bahwa sumber daya alam adalah terbatas dan oleh karenanya pembangunan ekonomi harus dilakukan secara berkelanjutan, dengan konsekuensi bahwa perusahaan dalam menjalankan usahanya perlu memakai sumber daya dengan efisien dan pastikan bahwa sumber daya tersebut tidak habis. Dengan begitu sumber daya tetap dapat dimanfaatkan oleh generasi dimasa mendatang. Dengan konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), kegiatan CSR jadi lebih terarah, paling tidak perusahaan perlu berusaha melakukan konsep tersebut.

Kesadaran para *stakeholder* (akan pentingnya pembangunan berkelanjutan yang dilakukan oleh perusahaan) telah mendorong perusahaan untuk mengungkap praktik atau kegiatan CSR untuk dilaksanakan. Lebih lanjut lagi, menurut Deegan dan Gordon (1996) bahwa tekanan *stakeholder* pada perusahaan untuk dapat secara efektif melakukan kegiatan lingkungannya serta tuntutan agar perusahaan menjadi akuntabel juga menyebabkan meningkatnya perusahaan yang melakukan pengungkapan lingkungan. Selain itu Owen (2005) mengatakan bahwa kasus *Enron* di Amerika telah menyebabkan perusahaan lebih memberikan perhatian yang besar terhadap pelaporan sustainability dan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Ini menjelaskan isu-isu yang berhubungan dengan reputasi, manajemen resiko dan kelebihan kompetitif sebagai kekuatan yang mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR.

Makin kuatnya tekanan *stakeholder* (*opportunity research of CSR*) dalam hal pengungkapan praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan menyebabkan perlunya memasukan unsur sosial dalam pertanggungjawaban perusahaan ke dalam akuntansi. Hal ini memotivasi lahirnya suatu konsep yang dinamakan sebagai

Social Accounting, Socio-Economic Accounting, ataupun Social Responsibility Accounting (Indira dan Dini, 2005). Dengan lahirnya akuntansi sosial, produk akuntansi juga dapat digunakan oleh manajemen sebagai sarana untuk mempertanggungjawabkan kinerja sosial perusahaan dan memberikan informasi yang berguna dalam mengambil keputusan bagi *stakeholder*.

Dalam ruang lingkup Indonesia, standar akuntansi keuangan Indonesia belum mengharuskan perusahaan untuk membuka informasi sosial, dampaknya yang terjadi di dalam praktik perusahaan hanya sekedar sukarela mengungkapkannya atau merupakan *voluntary disclosure*. Secara implisit Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (revisi 2004) paragraf 9 merekomendasikan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial sebagai berikut :

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan keuangan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*) khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peran penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.”

Lebih dalam lagi, adanya CSR di Indonesia diatur Undang-undang No. 40 Thn. 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat 1 undang-undang itu menyebutkan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usaha dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.” Dalam undang-undang No. 25 Thn 2007 tentang Penanaman Modal, pasal 15 (b) menyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (Fitria, 2010).

Fenomena teori dalam pengungkapan informasi CSR telah banyak membuat tidak sedikit peneliti untuk melakukan penelitian dan diskusi tentang praktik dan

tujuan perusahaan untuk melakukan CSR. Beberapa penelitian yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) telah banyak dilaksanakan oleh Belkaoui dan Krapik (1989). Cowen, et. Al (1987); Sembiring (2005) dan Anggraeni (2006) yang meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi CSR. Faktor-faktor yang menjadi variabel dalam penelitian tersebut diantaranya adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris. Ukuran dewan komisaris diuji dalam penelitian ini hanya untuk mewakili struktur penerapan *good corporate governance*, sementara mekanisme GCG yang lain tidak diteliti.

Tujuan pokok GCG Menurut Baridwan, (2003) dalam Ndaruning Wulandari, (2005), dan Siswanto & Aldrige (2005), didalam prinsip-prinsip pokok corporate governance yang harus diperhatikan untuk terselenggaranya praktik good corporate governance meliputi : fairness, responsibility, accountability dan transparency. Prinsip fairness, untuk melindungi kebutuhan pemegang saham minoritas dari adanya penggelapan, transaksi internal atau mungkin adanya irregularities lain. Kemudian prinsip responsibility menjelaskan tentang bagaimana perusahaan bertanggung jawab pada stakeholder dan lingkungan. Prinsip ketiga yaitu accountability digunakan untuk membuat sistem kontrol yang efektif berdasarkan distribusi kekuasaan pemegang saham, direksi, dan komisaris. Lalu prinsip keempat, yaitu transparency tentang keterbukaan informasi mengenai performance perusahaan secara on time dan akurat. Transparansi ini diperlihatkan dengan pengungkapan informasi mengenai finansial maupun non finansial. Prinsip good corporate governance ini mewajibkan perusahaan untuk memberikan laporan

tidak hanya pada pemegang saham, calon investor, kreditor dan pemerintah semata tetapi juga pada *stakeholder* lainnya, seperti masyarakat umum dan karyawan.

(Kaen (2003) ;Anggraini (2006)) menjelaskan *corporate governance* sebagai sesuatu tentang siapa yang mengontrol dan mengapa dia mengontrol perusahaan. *Cadbury Committee* pada tahun 1992 dalam Anggraini, (2006), mendefinisikan *corporate governance* sebagai prinsip mengarahkan dan mengendalikan perusahaan agar keseimbangan antara kekuatan serta kewenangan perusahaan dalam memberikan pertanggungjawaban kepada *shareholder* khususnya *stakeholder* tercapai pada umumnya. Sementara itu *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI) mengartikan *corporate governance* sebagai sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan. Shleifer dan Vishny mengartikan *corporate governance* sebagai cara untuk memberikan keyakinan kepada para pemasok dana perusahaan akan diperolehnya *return* atas investasi mereka (Darmawati, 2007).

Fenomena teori GCG yang dikolerasikan dengan tingkat pengungkapan CSR yang sudah diteliti/uji ada beberapa indikator yang dibangun *Corporate governance* GCG dalam beberapa penelitian sebelumnya diwakili oleh mekanisme *corporate governance*. Unsur-unsur dalam mekanisme *corporate governance*. Unsur-unsur dalam mekanisme *corporate governance* juga dikaitkan dengan tingkat pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan; seperti ukuran dewan komisaris, kualitas auditor eksternal, ukuran komite audit, dan struktur kepemilikan berkorelasi positif dengan pengungkapan CSR (Haniffa dkk, 2004; Sembiring, 2005; Anggraini, 2006; Sayekti dan Wondabio, 2007).

Novita dan Djakman (2008) mengkorelasikan kepemilikan asing dan kepemilikan institusional terhadap pengungkapan CSR. Farook dan Lanis (2005) mengkaitkan antara *corporate governance* dengan pengungkapan CSR pada entitas dengan ukuran *Islamic Governance Score*. Hasilnya menunjukkan adanya korelasi positif. Penelitian ini menggunakan institusional dan komposisi dewan komisaris independen sebagai proksi mekanisme *corporate governance*.

Pengaruh mekanisme *good corporate governance* yang terdiri dari ukuran dewan komisaris, ukuran komite audit, kepemilikan saham asing, kepemilikan saham manajerial adalah faktor-faktor yang berperan penting dalam pelaksanaan *corporate governance*, sementara GCG telah diketahui luas mempunyai efek yang substansial terhadap pengungkapan luas informasi tanggung jawab sosial (Sembiring, 2005). Umumnya entitas usaha juga dianggap penting dan dapat berpengaruh terhadap pengungkapan CSR di perusahaan. Hal ini berarti semakin baik pelaksanaan GCG pada suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula indeks pengungkapan tanggung jawab sosialnya, permasalahannya apakah temuan dari para peneliti terdahulu juga akan terbukti di Industri usaha di Indonesia.

Secara umum, mekanisme *corporate governance* merupakan salah satu faktor kunci dalam peningkatan efisiensi ekonomi yang meliputi serangkaian hubungan antara manajemen perusahaan, para pemegang saham, dewan komisaris, dan *stakeholder* lainnya. Mekanisme *corporate governance* merupakan salah satu faktor kunci dalam peningkatan efisiensi ekonomi yang meliputi serangkaian hubungan antara manajemen perusahaan, para pemegang saham, dewan komisaris, dan *stakeholder* lainnya. Mekanisme *corporate governance* juga memberikan suatu struktur untuk menentukan sasaran dari suatu perusahaan dan sebagai sarana untuk

menentukan teknik monitoring kinerja (Darmadji, Stevanus Hadi, 2002). Dalam riset *The Indonesian Institute for Corporate Governance (IICG)* menemukan bahwa alasan utama aplikasi *corporate governance* merupakan suatu bentuk lain penegakan etika bisnis dan etika kerja yang sudah lama menjadi komitmen perusahaan dan aplikasi *corporate governance* berhubungan dengan peningkatan citra perusahaan. Perbaikan citra dan peningkatan nilai perusahaan akan dialami oleh perusahaan yang mempraktikkan *corporate governance*. Menurut Nurlela dan Islahuddin (2008) nilai perusahaan merupakan nilai pasar yang dapat meningkatkan kemakmuran pemegang saham secara maksimal bila harga saham perusahaan meningkat. Nilai perusahaan dapat diukur dengan memakai nilai pasar yang tercermin dalam harga saham, penting untuk memperhatikan harga saham karena tidak pernah tetap, kadang baik, kadang turun. Bila harga saham di pasar modal naik, perusahaan akan mencapai nilai maksimal dan kemakmuran pemegang saham juga akan meningkat sehingga tujuan perusahaan tercapai, begitu juga sebaliknya.

Berbagai faktor yang mempengaruhi harga saham, salah satunya adalah kualitas pengungkapan CSR. Investor cenderung lebih tertarik dengan perusahaan yang menjalankan CSR sebagai tempat penanaman modal karena semakin tinggi kualitas CSR maka kelangsungan hidup perusahaan akan lebih terjamin. *Corporate social responsibility (CSR)* merupakan klaim *stakeholder* agar perusahaan tidak hanya beroperasi kepada kepentingan para pemegang saham (*stakeholder*), tetapi juga untuk kemakmuran pihak *stakeholder* dalam praktik bisnis, yaitu pekerja, komunitas lokal, pemerintah, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), konsumen,

dan lingkungan (Nurlela, 2008). Oleh karena itu, suatu perusahaan tidak hanya bergerak untuk kepentingan para pemegang saham (*stakeholder*), tapi juga untuk kepentingan pihak *stakeholder* dalam praktik bisnis.

Dalam penelitian ini, penulis juga tertarik (*opportunity research of GCG*) untuk meneliti bagaimana pengaruh masing-masing mekanisme GCG seperti ukuran dewan komisaris, ukuran komite audit, struktur kepemilikan asing struktur kepemilikan saham manajerial terhadap luas pengungkapan informasi tanggung jawab sosial pada laporan tahunan. Beberapa mekanisme GCG tersebut dianggap penting dan signifikan pengaruhnya terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial. Selain faktor mekanisme pelaksanaan GCG, penelitian terlebih dahulu juga menemukan faktor-faktor lain yang mempengaruhi luas pengungkapan informasi tanggung jawab sosial, diantaranya adalah ukuran atau size perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan jenis industri (Anggraini, 2006).

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR tercermin dalam teori agensi yang menerangkan bahwa perusahaan besar memiliki biaya agensi yang besar, oleh sebab itu perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak dari pada perusahaan kecil (Cowen, 1987; Roberts 1992; Belkaoui & Karpik 1989; Hasibuan 2001; Sembiring, 2005 dan Anggraeni 2006). *The governance approach by companies is significantly influenced by the implementation of the principles of social responsibility, stakeholder view, and stakeholder engagement. In particular, the adoption of an inclusive corporate governance approach* (Capaldi et al., 2017).

Dalam industri halal kegiatan usaha terdapat dua tipe yaitu tipe Badan Usaha terdaftar di saham-saham syariah dan belum terdaftar. Perbedaan *halal lifestyle* ini akan memiliki implikasi terhadap kualitas pengungkapan informasi CSR dan pengukuran pelaksanaan mekanisme GCG. Fenomena ini mencerminkan bahwa *halal lifestyle* akan berpengaruh terhadap pengungkapan informasi CSR di industri usaha.

Faktor lain yang dianggap mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu profitabilitas dan *leverage*. Hubungan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR membutuhkan gaya manajerial yang sama sebagaimana yang dibutuhkan untuk dapat membuat perusahaan menguntungkan (*profitable*) (Sembiring, 2005 : Belkaoui & Karpik, 1989). Pengaruh *leverage* kepada pengungkapan luas informasi CSR. *Leverage* memberikan gambaran tentang struktur modal yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tidak tertagihnya suatu utang. Roberts, R.W (1992) dalam Anggraini (2006) mengemukakan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage* besar kemungkinan perusahaan akan mengalami pelanggaran pada kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibanding laba di masa depan. Perusahaan yang memiliki perbandingan *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan CSR agar dapat melaporkan keuntungan sekarang yang lebih tinggi.

Kemudian faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu ukuran dewan komisaris. Dengan kekuasaan yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberi pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen agar mengungkapkan CSR. Sehingga perusahaan yang mempunyai ukuran dewan komisaris yang akan lebih besar atau lebih banyak mengungkapkan CSR (Hadi dan

Arifin, 2002; Sembiring 2005) yang menunjukkan hasil bahwa perbandingan dewan komisaris independen mengubah tingkat pengungkapan sukarela. Penelitian tentang pengungkapan tanggungjawab sosial lainnya dilakukan pula oleh Farook & Lanis (2005); Branco & Rodriguez (2008); Novita & Djakman (2008); Reverte (2008).

Dalam konsep ekonomi Islam, dimensi ketauhidan, khalifah dan keadilan adalah fundamental dalam pembangunan ekonomi (Chapra, 1993). Sebagai dasar aturannya adalah Al-Qur'an (Ω) dan Assunnah (š) yang sebagai sumber rujukan utama. Berdasarkan sumber tersebut, dapat diketahui bahwa Islam agama yang sempurna telah menjelaskan dan menentukan dasar untuk mengatasi masalah dalam sisi ber-muamalah dalam mengungkapkan informasi Sosial.

Dalil kesempurnaan Islam : Allah Azza wa Jalla berfirman:

الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتْمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا

“... Pada hari ini telah Aku sempurnakan untukmu agamamu, dan telah Aku cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Aku ridhai Islam sebagai agama bagimu ...” [Al-Maa-idah: 3]

Semua yang dikabarkannya didunia ini adalah haq, benar, dan tidak ada kebohongan, serta tidak ada pertentangan sama sekali. Sebagaimana firman Allah

Azza wa Jalla :

وَتَمَّتْ كَلِمَتُ رَبِّكَ صِدْقًا وَعَدْلًا

“Dan telah sempurna kalimat Rabb-mu (Al-Qur-an), (sebagai kalimat) yang benar dan adil ...” [Al-An'aam: 115]

Dalil mengatasi masalah : Allah Azza wa Jalla berfirman:

﴿لَنْ نُجِئَنَّ فِي أَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ وَلَنْ نَسْمَعَنَّ مِنَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ مِنْ قَبْلِكُمْ وَمِنَ الَّذِينَ أَشْرَكُوا أَدَى كَثِيرًا وَإِنْ تَصْبِرُوا وَتَتَّقُوا فَإِنَّ ذَلِكَ مِنْ عَزْمِ الْأُمُورِ ۝ ١٨٦﴾

186. Kamu sungguh-sungguh akan diuji terhadap hartamu dan dirimu. Dan (juga) kamu sungguh-sungguh akan mendengar dari orang-orang yang diberi kitab sebelum kamu dan dari orang-orang yang mempersekutukan Allah, gangguan yang banyak yang menyakitkan hati. Jika kamu bersabar dan bertakwa, maka sesungguhnya yang demikian itu termasuk urusan yang patut diutamakan (QS : al-imran : 186)

Pengungkapan Sosial Responsibility merupakan sebuah pendekatan di mana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan untuk kesejahteraan stakeholder, karyawan dan lingkungan (masyarakat) berupa sumbangan, donator, bakti sosial, infaq, dan shodaqoh

Di antara dalil kepedulian Sosial itu adalah sebagai berikut.

Firman Allah.

وَمَا أَنْفَقْتُمْ مِنْ شَيْءٍ فَهُوَ يُخْلِفُهُ وَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

“Dan apa saja yang kamu infakkan, Allah akan menggantinya dan Dia-lah Pemberi rizki yang terbaik” [Saba’/34 : 39]

Dalam menafsirkan ayat di atas, Al-Hafizh Ibnu Katsir berkata : “Betapapun sedikit apa yang kamu infakkan dari apa yang diperintahkan Allah kepadamu dan apa yang diperbolehkannya, niscaya Dia akan menggantinya untukmu di dunia, dan di akhirat engkau akan diberi pahala dan ganjaran, sebagaimana yang disebutkan dalam hadits.

Imam Ar-Razi berkata, ‘Firman Allah : “Dan barang apa saja yang kamu nafkahkan maka Allah akan menggantinya” adalah realisasi dari sabda Nabi Shallallahu ‘alaihi wa sallam : Dari Abu Hurairah, ia berkata bahwa Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda,

، مَا مِنْ يَوْمٍ يُصْبِحُ الْعِبَادُ فِيهِ إِلَّا مَلَكَانِ يَنْزِلَانِ فَيَقُولُ أَحَدُهُمَا اللَّهُمَّ أَعْطِ مُنْفِقًا خَلْفًا ، وَيَقُولُ الْآخَرُ اللَّهُمَّ أَعْطِ مُمْسِكًا تَلْفًا

“Ketika hamba berada di setiap pagi, ada dua malaikat yang turun dan berdoa, “Ya Allah berikanlah ganti pada yang gemar berinfaq (rajin memberi nafkah pada

keluarga).” Malaikat yang lain berdoa, “Ya Allah, berikanlah kebangkrutan bagi yang enggan bersedekah (memberi nafkah).” (HR. Bukhari no. 1442 dan Muslim no. 1010).

Nabi Muhammad *shallallahu ‘alaihi wa sallam* :

Salah satu teladan indah yang diajarkan Rasulullah SAW yaitu seorang pemimpin harus senasib-sepenanggungan dengan rakyat. Jika rakyat hidup serba kekurangan, maka pemimpin juga harus ikut merasakannya. Di saat rakyatnya mengalami kelaparan dan kesulitan, pemimpin tidak boleh hidup berkecukupan.

Rasulullah SAW sebagai pemimpin negara berulang kali mengalami kondisi kelaparan, sehari makan dan sehari tidak. Beliau dan keluarganya tidak pernah merasakan makan sampai kenyang selama tiga hari berturut-turut. Hal itu terjadi tidak terbatas di awal-awal kedatangan Rasulullah SAW dan keluarganya di Madinah. Hal itu terjadi sampai waktu beliau meninggal, yang berarti kurang lebih 10 tahun penuh.

Aisyah Radhiyallahu ‘anha berkata,

مَا شَبِعَ آلَ مُحَمَّدٍ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مُنْذُ قَدِمَ الْمَدِينَةَ مِنْ طَعَامِ الْبُرِّ ثَلَاثَ أَيَّامٍ تَبَاعًا حَتَّى قَبِضَ

“Sejak datang di Madinah sampai waktu beliau meninggal dunia, keluarga Nabi Muhammad SAW tidak pernah makan roti dari tepung gandum sampai kenyang selama tiga hari berturut-turut.” (HR. Bukhari dan Muslim)

Dari Jabir *radhiallahu ‘anhu* berkata, “Tidaklah pernah sama sekali Rasulullah *shallallahu ‘alaihi wa sallam* diminta suatu (harta) lalu beliau berkata tidak.” (Muttafaq Alaih)

Dari Anas *radhiallahu ‘anhu* berkata, “Tidaklah Rasulullah *shallallahu ‘alaihi wa sallam* dimintai sesuatu atas keislaman, melainkan beliau akan memberikannya, sungguh seseorang telah datang kepada beliau, lalu beliau memberikan kepadanya domba yang berada di antara dua gunung, kemudian orang tersebut kembali kepada kaumnya seraya berkata, ‘Wahai kaumku, masuklah kalian ke dalam Islam, karena Muhammad itu memberikan pemberian kepada orang yang tidak takut akan kemiskinan.’” (HR. Muslim)

Khalifah Abu Bakar dan Umar bin Khathob *radhiallahu 'anhu*:

Umar bin Khathab. Ia berkata, “*Rasulullah memerintahkan kami untuk bersedekah. Pada saat itu aku memiliki harta. Lalu aku berkata, 'Hari ini aku akan dapat mendahului Abu Bakar. Lalu aku datang membawa separuh dari hartaku. Rasulullah bertanya, 'Tidakkah kau sisakan untuk keluargamu?' Aku menjawab, 'Aku telah menyisakan sebanyak ini.' Lalu Abu Bakar datang dan membawa harta kekayaannya. Rasulullah bertanya, 'Apakah kamu sudah menyisakan untuk keluargamu?' Abu Bakar menjawab, 'Saya telah menyisakan Alloh dan Rasulullah bagi mereka.' Aku (Umar) berkata, "Demi Alloh, saya tidak bisa mengungguli Abu Bakar sedikitpun."* (HR : Abu Daud dan Tirmidzi)

Khalifah Utsman bin Affan *radhiallahu 'anhu*:

Disarikan dari kitab *Nubdzah Mukhtasharah fi Tarikhil Khulafairrasyidin* karya Syaikh Sa'id bin Abdullah Al Ghomidi dan Syaikh Khalid bin Sulaiman Al Husainan

Beliau adalah sahabat mulia yang banyak shalat, berpuasa dan membaca Al Quran, murah hati serta dermawan. Berikut kisah kedermawanan sahabat Utsman bin Affan *radhiyallahu 'anhu*.

Pada masa khalifah Abu Bakar Ash Shiddiq *radhiyallahu 'anhu*, kelaparan melanda Madinah. Maka Utsman membawa seribu unta dari Syam dengan membawa gandum, minyak serta anggur. Utsman bin Affan *radhiyallahu 'anhu* memasukkan semuanya ke dalam rumah. Datanglah para pedagang Madinah bermaksud membeli makanan milik Utsman bin Affan *radhiyallahu 'anhu*.

Maka Utsman menanyakan kepada para pedagang itu, “Berapa kalian mau memberikan keuntungan kepadaku?”

Para pedagang menjawab, “aku akan memberikan keuntungan lima dirham dalam setiap dirham.” Utsman bin Affan *radhiyallahu 'anhu* mengatakan, “Aku menginginkan keuntungan lebih dari sepuluh kali lipat untuk setiap dirham.”

Para pedagang berteriak, “ini kecurangan dan keterlaluan.” Utsman bin Affan *radhiyallahu ‘anhu* menjawab, “Di sana ada yang siap memberikan keuntungan lebih dari sepuluh setiap dirham. ”Pedagang itu berkata karena tidak percaya, “Tidak ada di Madinah ini para pedagang selain kami.” Utsman bin Affan *radhiyallahu ‘anhu* berkata, “Sesungguhnya Allah SWT menjanjikan kepadaku untuk memberikan keuntungan sepuluh kali lipat dari setiap dirham.

Allah *ta’ala* berfirman (yang artinya): “*Barang siapa mengerjakan satu kebaikan maka baginya mendapat sepuluh kali lipat kebaikan.*” (Qs. Al An’am: 160).

“Adakah di antara kalian bisa melebihi-Nya?”

Mereka menjawab, “Tidak ada.”

Utsman bin Affan *radhiyallahu ‘anhu* berkata, “Ketahuilah bahwa harta ini akan aku sedekahkan semua untuk fakir miskin di Madinah.”

Kepemimpinan Khalifah Umar bin Abdul Aziz :

Sejarah (Ash-Shallabi : 2014) mencatat setelah wafat Khalifah Mua’wiyah bin Abi Sufyan *Radhiyallahuanhu*, tahun 60 H, kezhaliman merajalela dimana-mana. Hubungan antara para kalangan ulama dengan para penguasa terdapat kesenjangan. Kondisi makin memburuk, ketika sebagian orang zhalim memangku kekuasaan, seperti misalnya al Hajjaj yang dibantu para pengikutnya. Mereka mengumpulkan harta dan menggunakannya tanpa aturan, dan juga menggunakannya untuk kepentingan yang tidak halal. Contohnya, seorang penyair yang datang menyanjung Khalifah atau menyanjung Gubernur, pasti ia akan mendapat hadiah yang sangat besar.

Begitu menerima tongkat pemerintahan pusat, Khalifah 'Umar bin 'Abdil 'Aziz segera membuat berbagai ketetapan dan kebijakan yang disemangati nilai-nilai keislaman dan keadilan. Tujuannya untuk menyelamatkan umat dari “bencana” semena-mena yang selama ini seakan menjadi kebiasaan karena kebijakan tersebut.

Karena itulah Abdurrahman bin Zaid meriwayatkan dari Umar bin Asid tentang fenomena ini, ia berkata:

“Demi Allah, tidaklah Umar bin Abdul Aziz wafat, melainkan ada orang yang datang kepada kami membawa harta yang banyak seraya berkata, ‘Gunakanlah ini sesuai dengan pendapat kalian.’ Akhirnya dia tidak berhasil mencari mustahiq zakat sehingga kembali membawa hartanya, karena Umar telah mensejahterakan rakyatnya (Muhammad ad-Dzahabi, *Siyaru A`lâm an-Nubalâ*, 5/131).

Kita mungkin bertanya-tanya bagaimana Umar bin Abdul Aziz mampu mensejahterakan rakyatnya hingga muzakki menjadi dominan melebihi mustahiq.

Pertama, terciptanya *trust* (kepercayaan) rakyat terhadap pemimpinnya (Negara, entitas, rumah tangga dan masyarakat), juga jadi faktor penting peningkatan sosial (Pengungkapan CSR) di masa itu. Dengan keteladanan Umar sebagai pemimpin yang dermawan dan zuhud, mereka tidak pelit dalam menunaikan kebutuhan masyarakat dengan gembira.

Kedua, dengan menerapkan kebijakan ekonomi strategis Umar bin Abdul Aziz memberikan dampak kepada meningkatnya produktivitas pekerja sehingga berpengaruh secara langsung pada meningkatnya muzakki dan menurunnya *mustahiq* (Ali Muhammad al-Shallabi, 'Umar bin Abdul Aziz, *Ma`âlim al-Tajdîd wa al-Ishlâh*, 99-112).

Para Ulama Usul Fiqih berkesimpulan bahwa didalam ayat-ayat kepedulian sosial diatas “Harta yang kita miliki dan di-infaqkan dijalan Allah Subhanawataala

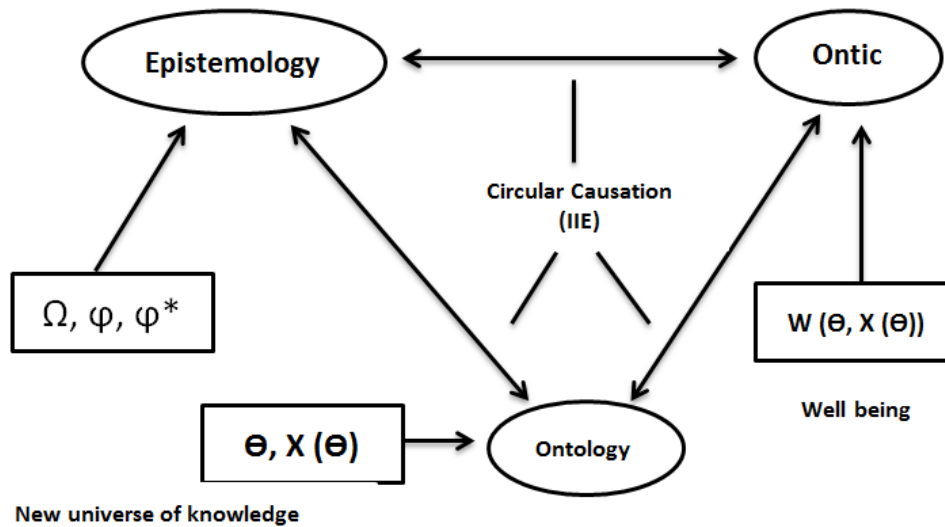
maka tidak akan mengurangi sepersen-pun harta kalian di-sisi Allah Subhanawataala” dan akan bertambah dan bertambah (berkah)

Sedekah tidaklah mengurangi harta. Nabi *shallallahu ‘alaihi wa sallam* bersabda,

مَا نَقَصَتْ صَدَقَةٌ مِنْ مَالٍ

“Sedekah tidaklah mengurangi harta.” HR. Muslim no. 2558, dari Abu Hurairah

Secara terminology teori muamalah adalah teori interaksi antara pihak yang satu dengan pihak yang lainnya. Adapun secara ephistemologi, teori muamalah adalah hubungan antara pihak yang bersifat resiprokal yang saling memberikan peran baik pada hubungan materi yang bersifat *empiric* dan *tangible* ataupun hubungan emosional dan spiritual yang bersifat *intangible*. Dalam aspek kehidupan dunia, hubungan antar pihak bersifat *empiric* dan *tangible* misalnya dapat berupa hubungan dengan *environment* yang bersifat natural. Secara ontology, teori muamalah merujuk kepada eksistensi manusia sebagai makhluk ciptaan Tuhan yang mempunyai hubungan spiritual dengan Tuhan yang menciptakanya dan dengan alam semesta sebagai satu kesatuan system kehidupan yang terintegrasi isti – lihat gambar 1.1 *Relational Epistemologies : Principle of Pervasive Complementarities*



Gambar 1.1 : Relational Epistemologies : Principle of Pervasive Complementarities

Teori muamalah menggabungkan peran ilmu pengetahuan (ilmu empirik) sebagai pedoman hidup manusia di dunia serta peran kesadaran akan eksistensi Tuhan (iman) sebagai pedoman hidup beretika (berkahlak) untuk kehidupan di dunia dan akhirat. Teori muamalah menggabungkan antara Ilmu pengetahuan dengan Agama. Perkembangan Ekonomi Islam (ekonomi syariah) dan pelaksanaannya dalam berbagai bentuk *entity* dan *instrument* seperti perbankan syariah, pembiayaan syariah, asuransi syariah, investasi syariah dan dari kajian keilmuan baik akuntansi syariah, keuangan syariah dan manajemen syariah serta *social economic* adalah perluasan dari teori muamalah.

Bahkan teori muamalah telah berkembang dari perilaku individu manusia menjadi budaya, budaya komunitas menjadi peradaban bangsa-bangsa bahkan ilmu pengetahuan sejak awal kehidupan manusia, yang saat itu hanya mampu berhubungan dengan lingkungan alam, yang dimulai dari menanam tumbuhan untuk kebutuhan hidup sampai menjadi ilmu *agriculture* (ilmu pertanian) dan dimulai dari interaksi sepasang manusia menjadi rumpun ilmu-ilmu *social* serta

dimulai dari interaksi manusia dengan Tuhannya dalam hubungan spiritual sampai berkembang menjadi ilmu Agama atau *theology*. Dimulai dari interaksi dalam keseimbangan yang harmonis lalu bergabung satu dengan yang lainnya seiring waktu berevolusi menjadi tata nilai baru.

Secara singkat teori muamalah telah berkembang sangat maju dan pesat dari perilaku ke peradaban. Saat ini teori muamalah tidak pernah dibahas atau tidak pernah dianggap ada, karena belum diperkenalkan oleh seorang ilmuan sampai dikembangkannya metode *Interaction, Intergration and Evolution (IIE)* dalam teori Tawhidi Sring Relation (TSR) oleh Prof. Masudul Alam Choudhory lewat pendekatan pemikiran filsafat (*philosophical thought*) sebagai *Unity of Knowledge* yang secara filosofis mengembalikan ilmu pengetahuan pada satu kesatuan yang utuh dan tidak dikotomik. *Unity of Knowledge* secara ephistemologis menuju pada *Unity of Devine Low* yang mana sumber ilmu pengetahuan adalah dari sisi Tuhan sang Penciptan Chowdhury, M. A. (2000). Dalam Al-Qur'an Shurah Al-Alaq (96) Ayat 1-5 Allah SWT berfirman :

أَقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ١ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ ٢ أَلَمْ يَكُنْ الْأَكْرَمُ ٣ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ٤ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ٥

Artinya : “*Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu Yang menciptakan. Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah, dan Tuhanmulah Yang Maha Pemurah. Yang mengajar (manusia) dengan perantaran kalam. Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya.*”

Profesor Masudul Alam Choudhary mencoba mengenalkan teori ini sebagai metodologi pengembangan ilmu pengetahuan baru yang menggabungkan pemikiran filsafat dan agama dalam kehidupan manusia yang terintegrasi dengan lingkungannya (alam semesta) dan tuhan sebagai penciptanya. Mengakui eksistensi keberadaan dan peran Tuhan yang aktif dalam kehidupan manusia baik melalui

inspirasi ilmu (*deductive reasoning*) maupun melalui keyakinan iman dan karya adalah inti dari pemahaman teori ini. Pusat dari segala sesuatu adalah Tuhan yang hadir tapi invisible, eksis (*tangible*) tapi juga abstrack (*intangibile*) adalah yang dititikberatkan beliau.

Dalam Al-Qur'an ada perbincangan antara Malaikat dengan Allah SWT dimana Malaikat mengakui tidak ada ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh apapun makhluk kecuali apa yang diajarkan oleh Allah SWT secara langsung maupun tidak langsung lewat berbagai cara termasuk ilmu yang dipunyai oleh manusia. Dalam Surah Al- Baqarah Ayat 32 Allah SWT berfirman :

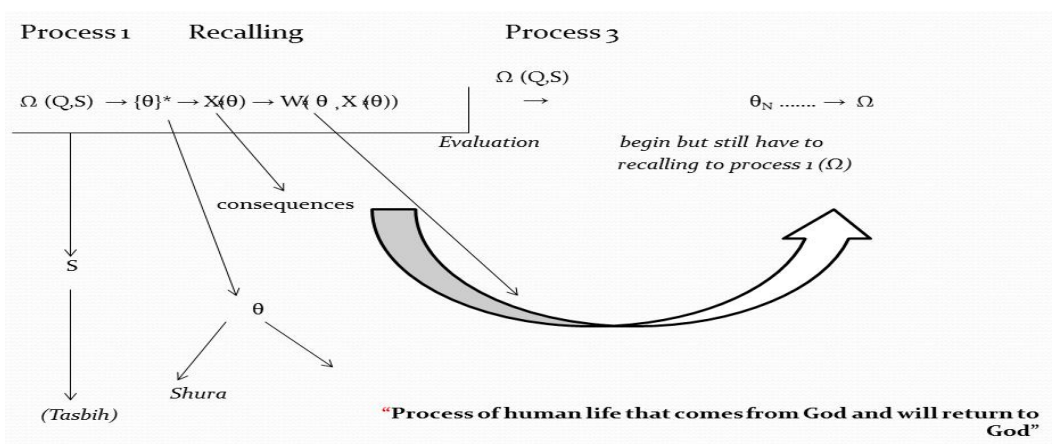
قَالُوا سُبْحٰنَكَ لَا عِلْمَ لَنَا اِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا ۗ اِنَّكَ اَنْتَ الْعَلِيْمُ الْحَكِيْمُ ۙ ۳۲

Artinya : mereka menjawab: "Maha suci Engkau, tidak ada yang Kami ketahui selain dari apa yang telah Engkau ajarkan kepada kami; Sesungguhnya Engkaulah yang Maha mengetahui lagi Maha Bijaksana."

Selanjutnya teori TSR ini diterjemahkan ke dalam bentuk yang operasional dengan mengembangkan model matematis *circular caucation*, dimana setiap variabel saling berhubungan satu sama lain pada saat yang bersamaan sehingga teori ini bukan saja telah menggugat kerangka berfikir keilmuan konvensional saat ini dengan metode *simplicity cateris paribus* dengan asumsi bila dua atau tiga variabel bebas bergerak maka variabel terikat tidak bergerak sehingga akan ada implikasi perubahan pada variabel terikat dengan menyederhanakan pandangan bahwa satu kasus dan kejadian dapat di potret dalam satu titik waktu tertentu dimana apabila ada beberapa variabel independen berpengaruh terhadap satu atau

dua variabel independen maka hubungan interaksi tersebut dapat diukur dengan model kuantitatif matematis serta dapat dianalisa oleh ilmu statistika.

Model baru yang diluaskan oleh Professor Mashudul Alam Choudhary berawal dari *Islamic Wordview* yang berbeda dengan substansi keilmuan konvensional saat ini dimana beliau melihat dari dimensi *complexity* sebagai hal yang nyata dari berbagai fenomena hingga metodologi keilmuan yang wajib diterapkan adalah metodologi yang lebih baik daripada yang ada saat ini yaitu metode yang tergabung dan dapat mengukur permasalahan yang *kompleks* dari bermacam dimensi dengan pendekatan *matrix* dan metode regresi linier berganda (*multiple regression*) dalam model *circular causation*, (Harahap, 2008). Hal ini dilakukan bahwa dalam penelitian konvensional mengikuti teori mutasi sel (pemisahan sel) dari Darwin yang masing-masing variabel digambarkan sebagai sel berkembang secara sendiri-sendiri, sehingga dikenal suatu proses *Interaction, Integration and Evolution Process (IIE)* dalam pendekatan syariah. Proses IIE tidak mengenal mutasi seperti dinyatakan oleh Darwin sehingga mutasi sel dapat dihindari (Budhijana, 2012). Dalam pembahasan analisa ini, *Correlation Matrix* dapat dilihat sejauh mana proses *Interaction, Integration and Evolution Process (IIE)* antar variabel.



Gambar 1.2 Proses IIE dan Karakteristik Tasbih dan Syuro

Sumber : Maryanti (2011)

Dalam proses 1 (satu) merupakan proses dimana Ω merupakan simbol pengetahuan yang berasal dari Al-Qur'an dan Hadis dan dalam proses berikutnya pengetahuan dan manusia berjumpa melalui proses musyawarah (*suratic proces*). Hal ini disimbolkan dengan $X(\theta)$. Dengan pemahaman pada hubungan ini manusia dan masyarakat merumuskan tatanan dunia yang berdasar pada Al-Qur'an dan Sunnah serta pengetahuan yang mereka miliki. Maka dari itu melalui interaksi dan integrasi di antara mereka, melalui proses perkembangan dengan perlahan tersebut munculah *Social Wellbeing function*, hal ini dikembangkan dengan $W(\theta, X(\theta))$, sedangkan implementasi dalam Index SR untuk $W(\theta, X(\theta))$ merupakan dampak dari $X(\theta)$, yang dalam penelitian ini meliputi PER, GCG, *Halal Lifestyle*, Audit, Variabel yang dimasukkan dalam model merupakan variabel yang dapat mempengaruhi CSR *Disclosure* melalui *shuratic process*. Puncak dari proses 1 dan awal proses 2, adalah proses evolusi dalam TSR sampai akhir zaman yang mana kita harus kembali pada sumber pengetahuan yaitu Al-Qur'an dan Sunnah (omega). Dalam merumuskan teta yang baru (θ), harus diingat lagi proses sebelumnya sehingga kita sebagai manusia bisa tetap berada pada proses yang benar sesuai dengan Al-Qur'an dan Sunnah. Hal ini diterangkan oleh Al-Baqarah ayat 156, yaitu *akhirnya semua urusan kembali kepada Allah*.

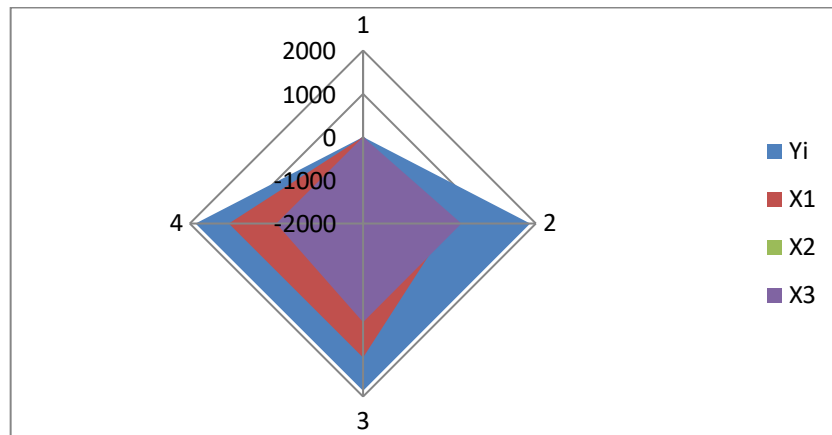
CSR Disclosure mempunyai peran dalam aktivitas ekonomi sehari-hari dalam kegiatan usaha. Dengan demikian, karakteristik dari model *Tawhidi episthemology* dan hubungan variabel sosial ekonomi tersebut dapat dibuat dalam

bentuk fungsi $Y_i = f(X_1, X_2, X_3, X_4), (\theta)$, dan *Social Wellbeing function subyek to the Circular Causation* $Y_i : f(X_i, \theta)$

Simbol (θ) ini menunjukkan bahwa pengetahuan ditransfer dari *CSR Disclosure* lainnya, *CSR* kepada *Profit* (keuntungan Owners), *People* (Kesejahteraan) dan *Planet (environment)* dari majelis ke majelis sebagai bentuk dari shuratik proses. Proses ini membicarakan banyak hal terutama mengenai segala sesuatu yang terdapat pada masalah dalam pengungkapan informasi sosial ekonomi. Hal tersebut dapat dihasilkan konsensus mengenai pengakuan terhadap Al-Qur'an dan As-Sunnah untuk dijadikan pedoman hidup.

Dalam proses panjang yang ada dalam pelaksanaannya akan mengandung proses interaksi, evolusi dan integrasi suatu proses belajar (*learning process*) di dalamnya (Q.S. Al-Ma'arij: 19-35). Index ISR sebagai penggerak ekonomi mempunyai ciri khusus yang memiliki beberapa variabel yang saling mempunyai keterkaitan antar satu dengan yang lain secara sistematis. Tiap variabel tersebut, saling membutuhkan, penuh saling mendukung dan mempengaruhi. Tata laku saling membutuhkannya dalam sistem menggambarkan antara variabel tersebut saling berhubungan dan berpasangan (*pair-ness*) satu dan lainnya. (Lihat gambar 1.3).

Gambar 1.3 *History of Interaction and Pair-Ness*



Sumber : Chowdhury 2013

Perbedaan penelitian ini (*research gap*) dengan penelitian sebelumnya adalah pada kajian yang lebih luas dan mendalam, selain dari perluasan dimensi penelitian dengan memperluas cakupan melalui penambahan variabel baru, metodologi juga untuk menguji beberapa variabel baru, metodologi juga untuk menguji beberapa variabel lama yang sudah dikenal sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi CSR diantaranya faktor-faktor yang merupakan bagian struktur dan mekanisme GCG yang terdiri dari indikator; ukuran dewan komisaris, ukuran komite audit, kepemilikan asing dan kepemilikan manajerial kemudian struktur mekanisme PER yang terdiri dari indikator; ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage*, serta variabel laten *Halal Lifestyle* (HLS) dengan indikator perusahaan halal, dan variabel laten lainnya yakni Audit Independen (AUDIT).

Secara umum dari berbagai faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, penulis dapat membagi ke dalam dua kategori yaitu faktor-faktor non-keuangan dan faktor-faktor keuangan. Faktor-faktor non-keuangan diantaranya adalah bagian dari struktur dan mekanisme *good corporate governance* dengan

indikator seperti ukuran dewan komisaris, struktur kepemilikan asing dan ukuran komite audit, rasio kepemilikan manajerial. Adapun diantaranya adalah bagian dari struktur yang diambil dari keuangan yakni mekanisme *performance of financial reporting* seperti indikator ukuran perusahaan yang diproksikan dengan nilai total aktiva, profitabilitas dan *leverage*.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya mengenai pengaruh pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial terhadap komponen seperti ukuran dewan komisaris, struktur kepemilikan asing, ukuran komite audit, rasio kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* serta lainnya dalam *Annual Report* di Indonesia yang berbeda-beda hasilnya, maka penulis mengangkat kembali sebagai permasalahan penelitian ini sebagai berikut :

1. Malaysia, Korea, Australia dan Filipina dan Indonesia sangat marak terhadap produk-produk dan mekanisme sistem halal dibicarakan baik di kampus, dunia usaha hingga Digital sistem dan lainnya saat ini.
2. Dilihat dari kasus Enron di Amerika telah menyebabkan perusahaan-perusahaan dari isu-isu yang berhubungan dengan reputasi, keunggulan kompetitif dan manajemen resiko sebagai kelemahan sistem keuangan atau *Performance of Financial Reporting*, sehingga perusahaan keluar dari ketentuan yang telah ditetapkan oleh regulator.

3. Adanya ketidakpahaman Dewan Komisaris, Kepemilikan Manajerial dan Asing serta Komite Audit terhadap *Halal Lifestyle* sehingga akan mempengaruhi *Performance of Financial Reporting* dan penerapan *Corporate Social Responsibility*.
4. Standar Akuntansi Keuangan Indonesia belum mengharuskan perusahaan untuk menyampaikan informasi sosial, dampaknya yang terjadi dalam praktik perusahaan dengan hanya sukarela (*voluntary disclosure*).
5. Belum ada penelitian yang menggunakan model *Tawhidi String Relation* dalam menguji pengaruh antar variabel yaitu *Performance of Financing Reporting, Good Corporate Governance, Halal Life Style* dan Audit.

1.2.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan langkah yang sangat penting dalam penelitian ilmiah. Perumusan masalah bermanfaat untuk mengatasi kerancuan dalam pelaksanaan penelitian, berdasarkan identifikasi masalah tersebut diatas maka rumusan masalah yang diajukan dalam bentuk pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Halal Lifestyle* (HLS) berpengaruh terhadap *Performance of Financial Reporting* (PER) ?
2. Apakah *Halal Lifestyle* (HLS) berpengaruh terhadap *Pengungkapan Informasi Sosial* (CSR) ?
3. Apakah *Performance of Financial Reporting* (PER) berpengaruh terhadap *Pengungkapan Informasi Sosial* (CSR) ?
4. Apakah *Halal Lifestyle* (HLS) berpengaruh terhadap *Good Corporation Government* (GCG) ?

5. Apakah *Good Corporate Government* (GCG) berpengaruh terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR) ?
6. Dampak *Complementary* dalam *Circular Causation* pada GCG, PER, Audit dan *Halal Life Style* dengan pengujian TSR dalam pengungkapan tanggungjawab informasi sosial pada industri halal.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji hubungan berbagai faktor utamanya faktor non-keuangan dan faktor keuangan. Faktor-faktor non-keuangan seperti yang termasuk dalam struktur mekanisme *good corporate governance* yaitu ukuran dewan komisaris, ukuran komite audit, dan struktur kepemilikan perusahaan dan faktor-faktor keuangan *performance report* seperti ukuran perusahaan (*size companies*), *profitabilitas* dan *leverage* serta variabel-variabel lainnya diantaranya *Halal Lifestyle* yakni perusahaan-perusahaan industri halal dan *Audit Independen*. Serta pada landasan teori *Tawhidi String Relation* (TSR), yaitu sebuah proses relasi analitis untuk mengerti serta mengetahui kejadian dunia dengan bersumber dari al-Quran dan Hadits. Metode penelitian ini menggunakan *Circular Causation*, yang tidak hanya membatasi dan menjadikan salah satu variabel sebagai *dependent* dan *independent*, namun masing-masing variabel di uji secara proporsional, dan penelitian ini lebih mendalam, terkait variabel manakah sebenarnya yang dipengaruhi, sehingga hasilnya lebih fair dan jujur. Pada akhirnya penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti secara empiris terhadap berbagai faktor tersebut dengan pengungkapan informasi tanggungjawab sosial perusahaan pada laporan

tahunan industri halal di Bursa Efek Indonesia. Secara spesifik tujuan penelitian ini dideskripsikan sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis Pengaruh *Halal Lifestyle* (HLS) terhadap *Performance of Financial Reporting* (PER).
2. Untuk menganalisis Pengaruh *Halal Lifestyle* (HLS) terhadap *Good Corporate Government* (GCG).
3. Untuk menganalisis Pengaruh *Halal Lifestyle* (HLS) terhadap *Pengungkapan Informasi Sosial* (CSR).
4. Untuk menganalisis Pengaruh *Performance of Financial Reporting* (PER) terhadap *Pengungkapan Informasi Sosial* (CSR).
5. Untuk menganalisa Pengaruh *Good Corporate Government* (GCG) pada *Pengungkapan Informasi Sosial* (CSR).
6. Untuk menganalisis Pengaruh *Audit Independen* terhadap *Pengungkapan Informasi Sosial* (CSR).
7. Untuk menganalisis Pengaruh *Halal Lifestyle* (HLS), *Audit Independen* terhadap *Pengungkapan Informasi Sosial* (CSR).
8. Untuk menganalisis Pengaruh *Halal Lifestyle* (HLS), *Good Corporate Government* (GCG) terhadap *Pengungkapan Informasi Sosial* (CSR).
9. Untuk menganalisis Pengaruh *leverage Halal Lifestyle* (HLS), *Performance of Financial Reporting* (PER) terhadap *Pengungkapan Informasi Sosial* (CSR).
10. Untuk menganalisis Pengaruh dampak *Complementary* dalam *Circular Causation* secara bersamaan PER, GCG, *Audit* dan *Halal Life Style* dalam membentuk kualitas pengungkapan informasi sosial pada industri halal.

1.4 Manfaat Penelitian

Diantara berbagai manfaat yang diharapkan, terutama untuk manfaat akademik dan manfaat praktis bagi dunia usaha :

1.4.1 Manfaat Akademik

1. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu akuntansi keuangan, terutama tentang bagaimana pertanggungjawaban sosial yang dilaksanakan perusahaan dan kemudian dituangkan dalam laporan tahunan perusahaan halal.
2. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu akuntansi keuangan syariah, terutama tentang bagaimana pengungkapan secara *full disclosure* semua informasi yang diperlukan oleh para *stakeholder* pada komponen laporan keuangan perusahaan halal.
3. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pada akuntansi pertanggungjawaban sosial, terutama tentang beberapa faktor yang mendorong perilaku perusahaan untuk melaporkan CSR dalam laporan tahunan perusahaan dan bagaimana pengukurannya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Memberikan kontribusi praktis bagi manajemen perusahaan terutama sebagai bahan pertimbangan pembuatan kebijaksanaan yang berkaitan dengan penerapan CSR dalam operasional perusahaan dan penerapannya dalam laporan perusahaan halal.
2. Memberikan kontribusi pada pengembangan manajemen akuntansi, orientasi dan motivasi pertanggungjawaban sosial terutama mengenai

pemikiran bahwa nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh kesediaan untuk mengungkapkan informasi pertanggung jawaban sosial.

1.4.3 Manfaat Kebijakan

1. Memberikan masukan kepada pemerintah dan semua yang terlibat dalam menetapkan peraturan mengenai pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial.
2. Meng-evaluasi berbagai kebijakan yang dilakukan untuk pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial dengan langkah-langkah yang kongkrit dan terintegrasi.

1.5 Signifikansi Penelitian

Penelitian tentang pengungkapan informasi tanggungjawab sosial pada **industri halal** baik manufaktur, perdagangan, jasa dan tambang belum dilakukan pada tingkat disertasi dan tesis di Indonesia. Ada beberapa penelitian sejenis yang dilakukan pada karya ilmiah paper akademik seperti *Good Corporate Governance* dan *Performance of Financial Reporting*. Adapun yang menarik dalam penelitian ini, penelitian memasukkan unsur analisis dan pengkajian tawhid di dalamnya yang dikenal dengan metode *Tawhidi String Relation* (TSR) sehingga memberikan nilai tambah dan membedakan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya. **Namun isu yang dikedepankan adalah bukan pada isu lingkungan tetapi pada kepedulian sosial untuk pengembangan *human development* dan *human welbieng*.**

Bidang kajian ilmu akuntansi yang membahas tentang isu pengungkapan tanggungjawab sosial ini adalah akuntansi pertanggungjawaban sosial. Penelitian pada bidang ini sudah banyak dilakukan pada akademisi, namun yang

mengkhususnya penelitian pada industri halal, dengan sumbangan pengukuran dari dimensi baru yaitu wellbieng dengan pendekatan teori TSR (*Tawhidly String Relation*), maka penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian pada bidang ini. Oleh karenanya, penelitian ini diharapkan akan memberikan hasil dan sumbangan yang berarti atau signifikan bagi kalangan akademisi, *regulator* maupun praktisi dan ilmu pengetahuan.

Penelitian yang akan dilakukan tentang pengungkapan CSR saat ini hendak menguji kembali beberapa variabel yang pernah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, juga penulis hendak meneliti beberapa variabel baru yang dianggap punya peranan terhadap pengungkapan informasi tanggungjawab sosial di industri manufaktur, perdagangan dan jasa diantaranya adalah *halal lifesyle*, *halal lifestyle* dan pengukuran CSR. Inilah yang dianggap sebagai sumbangan yang signifikan terhadap dunia akademik.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, akan dilaporkan hasil penelitian dalam naskah disertasi dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah tentang sebab meningkatnya permintaan bagi perusahaan untuk melakukan pengungkapan informasi CSR dan membahas dorongan perusahaan melakukan hal tersebut. Juga beberapa fenomena dan permasalahan yang dianggap relevan untuk diteliti serta perumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi teori-teori yang digunakan sebagai landasan penelitian. Pembahasan teori dimulai dari teori bidang kajian akuntansi pertanggungjawaban sosial dan teori-teori untuk mengembangkan konseptual penelitian. Dalam bab ini dibahas juga penelitian terdahulu mengenai motivasi perusahaan melakukan dan mengungkapkan informasi CSR. Landasan teori dan penelitian terdahulu selanjutnya dipergunakan untuk membentuk kerangka pemikiran dalam penelitian. Dan diakhir dibahas pengembangan hipotesis penelitian. Ada sekitar 10 hipotesis penelitian yang harus diuji.

BAB III : Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang metodologi penelitian, mencakup sumber data, cara perolehan dan metode pemilihan sampel, teknik pengumpulan data, konseptual penelitian dan definisi operasional semua variabel serta metode statistika yang digunakan dalam analisis juga pengujian hipotesis.

BAB IV : Data-Data dan Pembahasan Hasil Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi data penelitian, uji statistik dan analisis semua variabel penelitian dan temuan empiris yang diperoleh.

BAB V : Simpulan, Rekomendasi dan Keterbatasan Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang didapat dari penelitian dan saran yang kedepannya dapat dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian berikutnya atau sebagai bahan implikasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori Akuntansi

2.1.1 Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) adalah Gray, Owen dan Adams (1996) mendefinisikan *Corporate Social Disclosure* (CSD) sebagai proses menginformasikan pengaruh sosial serta lingkungan dari sebuah organisasi, tindakan ekonomi untuk kelompok yang mempunyai kepentingan dalam suatu masyarakat dan untuk masyarakat secara luas. Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan dalam laporan tersebut *Sustainability Reporting*. Laporan ini adalah pelaporan tentang kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*). *Sustainability reporting* berisi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan, dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi. *Sustainability report* harus mejadi dokumen strategik yang berlevel tinggi karena menempatkan *issue* tantangan dan peluang *Sustainability Development* untuk membawanya menuju *core bussiness* dan sektor industrinya.

(Darwin, 2004) (Kurnianingsih, 2013) mengemukakan bahwa *corporate sustainability reporting* terbagi menjadi 3 (tiga) kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja sosial dan kinerja lingkungan. Selanjutnya ketiga kinerja utama ini akan dibagi kedalam beberapa kriteria. Pembagian *Corporate Sustainability Reporting* menurut darwin dapat dilihat pada (Tabel 2.1) Tentang *Darwin report*.

Kemudian Zhegal & Ahmed (1990) mengidentifikasi hal-hal yang berhubungan dengan pelaporan sosial perusahaan yang terdapat 5 (lima) hal yaitu lingkungan, energi, praktik bisnis yang wajar, sumber daya manusia dan produk.

1. Lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan pada kerusakan lingkungan, konversi alam, dan pengungkapan lain yang berhubungan dengan lingkungan.
2. Energi, meliputi konversi dan efisiensi energi, serta yang terkait.
3. Praktik bisnis yang wajar, mencakup pemberdayaan pada minoritas dan perempuan, dukungan untuk usaha minoritas dan tanggung jawab sosial.
4. Sumber daya manusia, mencakup kegiatan didalam suatu komunitas, dalam kaitannya dengan pelayanan kesehatan dan pendidikan serta yang terkait.
5. Produk, mencakup keamanan, meminimalisir polusi dan yang terkait.

Gray et. Al (1995) mengungkapkan bahwa sifat dan volume pelaporan tentang pertanggungjawaban sosial perusahaan bermacam-macam antar waktu dan antar negara. Hal ini disebabkan *issue-issue* yang dianggap penting oleh satu Negara, dan mungkin akan dianggap kurang penting oleh Negara Lain. Variasi pelaporan tersebut disebabkan karena budaya atau norma yang berlaku pada tiap negara. Model atau pola CSR yang umum diaplikasikan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia melalui empat model, yaitu; keterlibatan langsung melalui yayasan, bermitra dengan pihak lain atau bergabung dengan konsorsium (Indiri, 2005).

1. Keterlibatan langsung, perusahaan menjalankan CSR secara langsung dengan mengadakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa melalui perantara. Untuk melaksanakan tugas ini, perusahaan biasanya menunjuk salah satu pejabat seniornya seperti *corporate secretary*

atau *public affair manager* atau menjadi bagian dari tugas pejabat *public relation*.

2. Melalui organisasi sosial atau yayasan milik perusahaan. Perusahaan membangun yayasan sendiri di bawah perusahaan atau grupnya. Model ini adalah adopsi yang wajar dilakukan di negara maju. Di sini, perusahaan menyiapkan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang bisa digunakan untuk kegiatan yayasan.
3. Bermitra atau bekerjasama dengan pihak lain, perusahaan menyelenggarakan CSR lewat kerjasama dengan lembaga atau organisasi non pemerintahan, instansi pemerintah, universitas dan media masa baik dalam mengelola dana ataupun dalam melaksanakan aktivitas sosialnya.
4. Bergabung dan mendukung dalam konsorsium, perusahaan turut membangun, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang dibangun untuk tujuan sosial tertentu. Pihak konsorsium yang telah dipercaya oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya akan secara proaktif menjalin kerjasama dari bermacam kalangan lalu mengembangkan program yang telah disepakati.

Akuntansi pertanggungjawaban sosial (*Social Responsibility Accounting*) adalah akuntansi yang memerlukan adanya laporan mengenai terlaksananya pertanggungjawaban sosial perusahaan. Akuntansi pertanggungjawaban sosial perusahaan. Akuntansi pertanggungjawaban sosial perusahaan. Akuntansi pertanggungjawaban sosial bisa memberikan informasi tentang sejauh mana organisasi dan perusahaan memberikan informasi tentang sejauh mana organisasi dan perusahaan memberi kontribusi positif ataupun negatif pada kualitas hidup manusia dan lingkungannya (perusahaan dan lingkungan sosialnya. *Freedman*

(1989) dalam Yuningsih (2001) menyebutkan akuntansi pertanggungjawaban sosial sebagai akuntansi sosial (*social accounting*). Akuntansi sosial bukan hanya mengungkap, mengukur, dan menganalisa pengaruh atau konsekuensi sosial dan ekonomi dari perilaku atau kegiatan *Belkaoui*, (2000) dalam Komar (2004). Secara terbatas, akuntansi pertanggungjawaban sosial diartikan hanya mencakup menilai, mengukur dan melaporkan efek operasional perusahaan terhadap masyarakat, tanpa mencakup program-program sosial yang diselenggarakan oleh perusahaan.

Lee J. Seidler dan Lyn L. Seidler dikutip Yuningsih (2001) mengemukakan bahwa sebagai pedoman umum akuntansi pertanggungjawaban sosial merupakan modifikasi dan aplikasi oleh akuntan berkenaan dengan keahlian teknik serta disiplin akuntansi konvensional (keuangan manajerial). Secara esensial, konsep ini memandang akuntansi pertanggungjawaban sosial sebagai perluasan dari prinsip dan praktik terutama keahlian dari akuntansi konvensional.

Menurut *Belkoui* (1989), akuntansi pertanggungjawaban sosial adalah proses pengurutan, pengukuran dan pengungkapan efek atau pengaruh yang kuat dari pertukaran antara suatu operasional perusahaan, tetapi juga dari perilaku dan kegiatan pemerintahan. Menurut *Freedman* dalam Anggraini (2006); lingkungan bisnis mencakup: sumber daya alam, orang-orang yang dipekerjakan, masyarakat sekitar, pelanggan, pesaing, perusahaan dan beberapa kelompok yang membuat perjanjian.

Sementara *Patten* (1991) mendefinisikan akuntansi sosial sebagai proses menyeleksi variabel, ukuran dan prosedur pengukuran prestasi sosial perusahaan, mengembangkan secara sistematis informasi yang bermanfaat untuk mengevaluasi

prestasi sosial perusahaan dan menyampaikan informasi tersebut kepada kelompok sosial terkait, baik didalam maupun diluar perusahaan. Lebih jauh, dia memakai istilah *social accounting* untuk akuntansi pertanggungjawaban sosial perusahaan dan mengartikannya sebagai berikut :

“The measurement and reporting, internal or external information concerning the impact of an entity and its activities on society”

Bersadarkan definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya akuntansi pertanggungjawaban sosial adalah menilai, mengukur dan melaporkan efek atau dampak kegiatan perusahaan pada masyarakat sekitarnya, baik untuk kepentingan pihak internal ataupun eksternal. Secara luas, akuntansi pertanggungjawaban sosial tidak hanya meliputi dampak operasional perusahaan tapi program-program sosial yang dilakukan perusahaan. Menurut Parker (1987), akuntansi pertanggungjawaban sosial memiliki ciri utama yaitu :

1. Akuntansi pertanggungjawaban sosial tak hanya menilai efek dan dampak kegiatan perusahaan terhadap lingkungan perusahaannya tapi juga mengukur efektifitas program atau kegiatan sosial perusahaan.
2. Akuntansi pertanggungjawaban sosial melaporkan dan menyediakan sistem informasi untuk pihak internal dan eksternal yang mungkin dilakukan penilaian yang komprehensif pada semua sumber daya organisasi serta dampaknya baik secara sosial maupun secara ekonomi.

Dengan demikian, seharusnya perusahaan tak hanya menyadari jika kegiatan operasionalnya memiliki dampak pada masyarakat dan lingkungan sekitarnya, tetapi sejak awal sudah memasukan tujuan atau visi sosial di dalam tujuan perusahaan.

2.1.1.1 Tujuan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial

Pada dasarnya tujuan akuntansi pertanggungjawaban sosial perusahaan yaitu menyiapkan informasi yang memungkinkan dilakukan evaluasi pengaruh aktivitas perusahaan terhadap masyarakat. Pengaruh ini bisa menimbulkan biaya sosial pada masyarakat jika efeknya negatif. Dengan demikian tujuan akuntansi pertanggungjawaban sosial perusahaan adalah untuk mengukur biaya dan manfaat sosial kemudian melaporkannya sehingga dapat diadakan pengaturan seperlunya agar keuntungan sosial dapat dimaksimalkan. Menurut Ramanathan (1976) ada tiga tujuan akuntansi pertanggungjawaban perusahaan adalah:

1. Untuk menganalisis dan mengukur kontribusi netto periodik suatu perusahaan kepada masyarakat, yang meliputi bukan hanya manfaat dan biaya sosial yang diinternalisasikan ke perusahaan, namun juga yang timbul dari eksternalitas yang mempengaruhi segmen-segmen sosial yang berhubungan.
2. Untuk menganalisis strategi dan praktik perusahaan yang secara langsung mempengaruhi aktivitas sumberdaya dan status kekuatan prioritas sosial yang diberikan secara luas pada satu pihak dan keinginan individu pada pihak lain.
3. Untuk menganalisis secara optimal, kepada semua kelompok sosial, informasi yang berhubungan dengan tujuan, program, kebijakan, strategi dan kontribusi perusahaan terhadap nilai-nilai dan tujuan sosial.

Akuntansi pertanggungjawaban sosial perusahaan menurut *National Association of Accountants* (NAA) dalam Parker (1987) mempunyai dua tujuan internal dan tujuan eksternal.

1. Tujuan internal; untuk memungkinkan perbaikan terhadap proses pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan ini berhubungan dengan penetapan tujuan,

sasaran, prioritas, dalam kaitannya dengan perencanaan sumber daya dan mendorong para manajer untuk memikirkan dampak sosial dari setiap keputusannya, memberikan dasar untuk mengadakan evaluasi internal terhadap prestasi sosial perusahaan.

2. Tujuan eksternal; untuk memberikan dasar yang sama pada pelaporan ekstern dan memungkinkan adanya pemeriksaan atau audit yang independen atas laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, akuntansi pertanggungjawaban sosial tak hanya bertujuan untuk keperluan eksternal tapi juga untuk keperluan internal. Untuk keperluan eksternal, akuntansi pertanggungjawaban sosial tidak hanya untuk menunjukkan bahwa perusahaan telah melakukan kegiatan sosial dan telah ikut berperan serta dalam masalah sosial, tetapi juga untuk menunjukkan bahwa perusahaan sudah melaksanakan kegiatan sosial dan telah ikut berperan dalam masalah sosial, tetapi juga kegiatan sosial dan telah ikut berperan dalam masalah sosial, tetapi juga untuk mengevaluasi *sosial performance* perusahaan, sebab dengan adanya hal tersebut masyarakat bisa membentuk *image* positif dan negatif terhadap perusahaan. Adapun untuk keperluan internal, yang bermakna untuk pihak manajemen adalah untuk sistem pengendalian manajemen, adalah :

1. Untuk evaluasi; manajemen pastinya membutuhkan informasi untuk menilai sejauh mana efektifitas proyek kegiatan eksternal mencapai target dan tujuan sosialnya,
2. Untuk mempertahankan diri dari anggapan dan tuduhan masyarakat tentang kepeduliannya terhadap masalah sosial,

3. Untuk mengakomodasi tujuan sosial dan kemanusiaan.

2.1.1.2 Pengungkapan dalam Laporan Keuangan

Pengungkapan (*disclosure*) diartikan sebagai penyediaan sejumlah informasi yang material dan dibutuhkan untuk mendorong praktik aktivitas ekonomi yang berhubungan dengan permintaan dan penawaran atas barang dan jasa tidak bersifat *asymetri informasi* sehingga terjadi kewajaran dan keseimbangan pasar atau upaya untuk mengoptimalkan kinerja pasar menjadi lebih efisien (Hendriksen, 1991). Dalam pemahaman yang lebih luas, pengungkapan terhubung dengan informasi baik yang ada dalam laporan keuangan ataupun komunikasi tambahan (*supplementary communication*) yang terdiri dari catatan kaki, informasi kejadian setelah tanggal laporan, analisis manajemen tentang operasi perusahaan di masa datang, perkiraan keuangan operasi, serta informasi lainnya (Wolk dan Tearney dan Widiastuti, 2000).

Alasan utama kenapa suatu pengungkapan dibutuhkan adalah agar pihak investor bisa melakukan suatu *informed decision* dalam mengambil keputusan investasi. Berhubungan dengan keputusan investasi, investor membutuhkan tambahan informasi yang tidak hanya informasi tambahan tetapi informasi non-keuangan. Kebutuhan itu disokong oleh adanya perubahan manajerial yang mengakibatkan terjadinya perluasan keputusan investor akan informasi baru yang mampu menyampaikan hal-hal yang bersifat kualitatif yang berhubungan dengan perusahaan. Informasi yang dapat menjelaskan fenomena yang terjadi, bagaimana fenomena tersebut bisa terjadi, dan tindakan apa yang akan diambil manajemen terhadap fenomena tersebut. Informasi kualitatif ini bisa diungkapkan dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan.

Tujuan pengungkapan menurut *Securities exchange commission* (SEC) dibagi menjadi dua, yaitu *prospective disclosure* yang dimaksudkan sebagai upaya perlindungan kepada investor dan *informative disclosure*, yang bertujuan menginformasikan yang layak kepada pengguna laporan (Wolk, Francis, dan Tearay dalam Utomo, 2000). Tidak sama dengan SEC, Belkoui menjelaskan ada enam tujuan perlengkapan, yaitu :

1. Untuk menginterpretasikan item-item yang belum diakui dan untuk menyiapkan ukuran yang berhubungan bagi item-item tersebut, selain ukuran dalam laporan keuangan,
2. Untuk menerangkan item-item yang belum diakui dan menyediakan ukuran yang berguna bagi item-item tersebut,
3. Untuk menyiapkan informasi dalam membantu investor dan kreditor guna menentukan resiko dan item-item yang mungkin untuk diakui dan yang belum diakui,
4. Untuk menyiapkan informasi guna membantu investor dan kreditor dalam menentukan resiko dan item-item yang potensial untuk diakui dan yang belum diakui.
5. Untuk menyiapkan informasi tentang aliran kas masuk dan kas keluar dimasa yang akan datang,
6. Untuk membantu investor dalam menetapkan *return* dan investasinya.

Tujuan pengungkapan dalam hal ini yang berhubungan dengan akuntansi pertanggungjawaban sosial adalah menyiapkan informasi yang memungkinkan dapat dilakukan evaluasi pengaruh perusahaan terhadap masyarakat. Kebalikannya

pengungkapan dapat bersifat positif, yang berarti dapat memberikan manfaat sosial bagi masyarakat (Yuningsih, 2001).

2.1.1.3 Pelaporan Informasi Sosial dan Pemilihan Kebijakan Akuntansi

Dalam penelitian akuntansi diperlukan penelitian pada hubungan bisnis dan masyarakat guna untuk mengartikan kembali peran dan tugas perusahaan dari ekonomi murni menjadi ke institusi ekonomi sosial. Belkaoui, A. (2006) mengatakan tentang perlunya paradigman sosial-ekonomi untuk menganalisis pemilihan praktik akuntansi oleh manajmen. Maka, dengan analisis ini dapat membantu manajmen melalui respin mereka pada masalah-masalah sosial-ekonomi serta hubunganya dengan nilai perusahaan, termasuk bagaimana manajemen akan membuat keputusan yang terkait dengan pengungkapan informasi sosial.

Pengungkapan sosial perusahaan yang juga sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* (Mathews, 1997) atau *corporate social responsibility* (Hackston dan milne, 1996) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi (khususnya perusahaan), diluar peran tradisionalnya untuk meny0ediakan laporan keuangan kepada pemodal, khususnya pemegang saham. Perluasan tesebut dibuat dengan anggapan bahwa perusahaan memiliki tanggungjawab yang lebih luas dibandingkan hanya mencari profit untuk pemegang saham (Grey et. Al., 1996).

Corporate social responsibility on the other hand inextricably links the company with the society as a whole (Majeed et al., 2015), and entails the actions of an organisation for the good and benefit of the society beyond the compulsion of the law (Pearce II & Doh, 2005)(Onuorah,Egbunike,Gunardi 2018) . This concept

expanded the primary objective of corporation, beyond just the interests of shareholders to also include other stakeholders (Pearce II & Doh, 2005)(Onuorah,Egbunike,Gunardi 2018) and take responsibility for social problems in areas like safety and health, waste management, environmental pro-activeness, product quality and resource depletion (Mitra et al., 2008).

Pengungkapan dalam laporan keuangan bisa dikelompokkan menjadi 2 (dua) bagian yaitu, pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*), (Donaldson, T dan Preston, L.1995 ; Hadi & Sabeni, 2002). Pengungkapan wajib yaitu pengungkapan minimum yang diisyaratkan oleh standar akuntansi keuangan yang berlaku. Kemudian pengungkapan sukarela yaitu pilihan bebas manajemen perusahaan untuk memberikan informasi akuntansi dan informasi akuntansi dan informasi lainnya yang dilihat relevan untuk keputusan oleh para pemakai laporan keuangan tersebut. Menurut laporan keuangan yang ada di Indonesia, hal semacam itu dimungkinkan.

Pengungkapan sosial perusahaan bersifat sukarela (*voluntary disclosure*), adalah diungkapkan oleh perusahaan secara sukarela tanpa diharuskan oleh standar akuntansi keuangan yang ada. Standar pelaporan pertanggungjawaban sosial masih belum mempunyai format standar yang baku, sehingga jumlah dan cara pengungkapan informasi sosial bergantung pada kebijakan dari pihak manajemen perusahaan. Hal ini menimbulkan variasi luas pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan tiap perusahaan.

Karakteristik perusahaan bisa menjelaskan macam luas pengungkapan sukarela pada laporan tahunan. Karakteristik perusahaan merupakan prediktor luas pengungkapan (Lang & Lundlohm (1993) dalam Anggaraini (2006) dan Parker,

L.D (1987). Setiap permasalahan memiliki karakteristik yang berbeda antar satu entitas dengan entitas lainnya. Dalam penelitian ini karakteristik perusahaan yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial diproksikan dalam size besaran perusahaan, ukuran dewan komisaris, tingkat profitabilitas serta tingkat *leverages*.

2.1.2 Pertanggungjawaban Sosial dalam Persektif Akuntansi Islam

Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 282 adalah perintah Allah kepada manusia untuk menjaga keadilan dan kebenaran dalam melaksanakan setiap transaksi perniagaan atau aktivitas bisnis. Pada perintah ini menekankan pada kepentingan pertanggungjawaban (*accountability*) agar semua pihak yang terlibat dalam perniagaan itu tidak dirugikan, tidak menciptakan konflik, dan adil. Untuk mewujudkan tujuan ini maka dalam suatu transaksi dibutuhkan saksi. Hal ini dapat dipahami bahwa manusia diciptakan Allah dimuka bumi mempunyai peran dan fungsi ganda, yaitu : fungsi sebagai *khalifah* dan sebagai *abdullah* (wakil dan hamba). Di dalam melaksanakan peran dan fungsi ini tentu saja pemberi peran akan meminta pertanggungjawaban seluruh amal dan perbuatannya di hadapan Sang pemberi amanah, yaitu Allah SWT, Harahap, S.S. (1997).

Gambaran diatas harus dijadikan pijakan dalam pengembangan format akuntansi Islam, yang berdimensi pertanggung jawaban dalam akuntansi yaitu mempunyai cakupan yang luas. Jadi, pertanggungjawaban ini tidak hanya pertanggungjawaban atas uang (finansial) yang dipakai dalam melakukan kegiatan, akan tetapi pertanggungjawaban yang bisa meningkatkan tanggungjawab secara horizontal dan vertikal. Pertanggungjawaban horizontal tertuju pada masyarakat, pemerintah dan kepatuhan pada peraturan. Sedangkan pertanggungjawaban vertikal akan tertuju pada transendensi aktivitas (finansial, dan sebagainya) kepada Dzat

yang memberikan tanggungjawab. Secara detail, pertanggungjawaban akuntansi ditujukan untuk memenuhi informasi dalam rangka pemenuhan kebutuhan. Berkaitan dengan beberapa kepentingan tersebut Harahap mengidentifikasi sebagai berikut :

- a. Kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan
- b. Pelanggan
- c. Pemilik modal
- d. Karyawan
- e. Rekanan
- f. Pemerintah
- g. Masyarakat, dan
- h. Pelestarian lingkungan.

Walaupun telah terdapat delapan kepentingan yang wajib diperhatikan dalam melakukan pertanggungjawaban terhadap kondisi dan informasi akuntansi, tetapi delapan hal tersebut sebatas pada dimensi horizontal. Muncul pertanyaan, dimanakah letak dimensi vertikalnya? Jawabannya yaitu ada pada dimensi zakat. Zakat sebagai bentuk pertanggungjawaban akan kesucian modal pada Dzat pemberi modal. Ini adalah dimensi yang paling tinggi.

Perihal yang berkaitan dengan masalah pertanggungjawaban secara vertikal secara syaria'ah diatur oleh hukum-hukum Allah yang Terdapat dalam Al-Qur'an dan sunnah Rasul. Persoalan berikutnya adalah bagaimana upaya untuk meningkatkan *accountability* yang berkaitan dengan dimensi horizontal. Kiranya pandangan Lee Parker dapat dijadikan rujukan atau petunjuk bagi peningkatan *accountability*, sebagai berikut :

- a. Mengintegrasikan antara data keuangan dan non keuangan.

- b. Penilaian terhadap hasil yang bersifat keuangan dan non keuangan dengan membandingkan dengan tujuan yang ingin dicapai.
- c. Memperluas ruang lingkup tanggung jawab mencakup masyarakat / lingkungan.
- d. Laporan menyangkut tingkat kepatuhan perusahaan pada peraturan pemerintah dan standar akuntansi.

Dalam kerangka inilah, maka para akuntan diharapkan pada kemajuan masa depan, yang penuh dengan ketidakpastian, ketidakberesan. Ketika kondisi ini terjadi, maka para akuntan harus menghormati nilai, norma dan etika teologis. Sehingga mereka mampu menampilkan dirinya sebagai akuntan yang dapat dipercayai, jujur, bertanggungjawab, dan sebagainya. Dengan demikian, akuntansi masa depan mestinya bukan hanya berorientasi pada pengambilan keputusan (*decision making oriented*) akan tetapi harus berorientasi pada pertanggungjawaban (*accountability oriented*).

Sesuai dengan kata kunci pembicaraan ini, yaitu pertanggungjawaban, maka akuntansi pertanggungjawaban merupakan ciri khas akuntansi syaria'ah. Sebab akuntansi pertanggungjawaban adalah akuntansi yang memberikan informasi yang adil dan benar. Dengan demikian akuntansi syari'ah (Islam) yang memiliki unsur pengertian ekonomian, politik, dan agama memiliki kemungkinan besar untuk menunjukkan kunci kearah akuntansi.

Berdasarkan pembahasan ini, maka secara nyata menunjukkan bahwa akuntansi syari'ah (Islam) dapat memberikan sumbangan untuk menciptakan paradigma baru dalam akuntansi. Namun perlu ketegasan, bahwa tidak perlu lagi untuk membedakan antara Akuntansi *normative* dan deskriptif dalam akuntansi Islam.

Sebab di dalam Islam keduanya akan berjalan. Tidak mungkin ditemukan deskripsi jika tidak ada norma. Norma adalah acuan dalam pengembangan deskripsi. Jadi keduanya ibarat koin mata uang, yang memiliki sisi berbeda namun nilainya sama.

Nilai pertanggungjawaban, keadilan dan kebenaran selalu melekat dalam *system* akuntansi syari'ah. Ketiga nilai tersebut tentu saja telah menjadi prinsip dasar yang universal dalam operasional akuntansi syari'ah. Apa makna yang terkandung dalam tiga prinsip umum tersebut? Berikut uraian ketiga prinsip yang terdapat dalam Surat Al Baqarah Ayat 282.

2.1.2.1 Prinsip Pertanggungjawaban

Prinsip pertanggungjawaban (*accountability*) merupakan konsep yang tidak asing lagi dikalangan masyarakat muslim. Pertanggungjawaban selalu berkaitan dengan konsep amanah. Bagi kaum muslim, persoalan amanah merupakan media mu'amalah manusia dengan sang Khaliq mulai dari dalam kandungan. Manusia diciptakan oleh Allah sebagai Khalifah dimuka bumi dan dibebani amanah oleh Allah untuk menjalankan tentang proses pertanggungjawaban manusia sebagai pelaku amanah Allah dimuka bumi. Implikasi dalam bisnis dan akuntansi adalah individu yang terlibat dalam praktik bisnis harus selalu melakukan pertanggungjawaban apa yang telah diamanatkan dan diperbuat kepada pihak-pihak yang terkait. Wujud pertanggungjawabannya biasanya dalam bentuk laporan akuntansi (Harahap, 2001).

2.1.2.2 Prinsip Keadilan

Jika ditafsirkan lebih lanjut, Ayat 282 dalam Surat Al-Baqarah mengandung prinsip keadilan dalam melakukan transaksi. Prinsip keadilan ini tidak saja merupakan nilai yang sangat penting dalam etika kehidupan *social* dan bisnis,

tetapi juga merupakan nilai yang secara *inheren* melekat dalam fitrah manusia. Hal ini berarti bahwa manusia itu pada dasarnya memiliki kapasitas dan energy untuk berbuat adil dalam setiap aspek kehidupannya. Dalam konteks akuntansi, Al-Qur'an menegaskan kata adil secara sederhana yang dapat berarti bahwa setiap transaksi yang dilakukan oleh perusahaan dicatat dengan benar Harahap, S. S. (1997).

Dengan demikian, kata keadilan dalam konteks aplikasi akuntansi mengandung dua pengertian, yaitu : *Pertama*, adalah berkaitan dengan praktik moral yaitu kejujuran dan merupakan faktor yang sangat dominan. Tanpa kejujuran ini, informasi akuntansi yang disajikan akan menyesatkan dan sangat merugikan masyarakat. *Kedua*, kata adil bersifat lebih fundamental (dan tetap berpijak pada nilai-nilai etika / syari'ah dan moral). Pengertian kedua inilah yang lebih merupakan sebagai pendorong untuk melakukan upaya-upaya dikonstruksi terhadap bangun akuntansi modern menuju pada bangun akuntansi (*alternative*) yang lebih baik.

2.1.2.3 Prinsip Kebenaran

Prinsip kebenaran ini sebenarnya tidak dapat dilepaskan dengan prinsip keadilan. Sebagai contoh misalnya, dalam akuntansi kita akan selalu dihadapkan pada masalah pengakuan, pengukuran, pelaporan. Aktivitas ini akan dapat dilakukan dengan baik apabila dilandaskan pada nilai kebenaran. Kebenaran ini akan dapat menciptakan keadilan dalam mengakui, mengukur, dan melaporkan transaksi-transaksi ekonomi. Kebenaran di dalam Al-Qur'an tidak diperbolehkan untuk dicampur adukan dengan kebathilan. Namun barangkali ada pertanyaan dalam diri kita, siapakah yang berhak menentukan kebenaran? untuk hal ini

tampaknya kita masih terkendala, namun sebagai muslim selayaknya kita risau atas hal tersebut. Sebab Al-Qur'an telah menggariskan, bahwa ukuran, alat atau instrument untuk menetapkan kebenaran tidaklah didasarkan pada nafsu (Harahap,2001).

2.2 Landasan Teori Penelitian

2.2.1 Teori Legitimasi

Legitimasi suatu organisasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (Asforth dan Gibs, 1990; Dowling dan Preffer, 1975; O'Donovan, 2002; dikutip dari Ghozali dan Chariri,2007). Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat (Ghozali dan Chariri, 2007). *The most widely used approaches to justify the disclosure of information about sustainability focus on Legitimacy Theory and Stakeholder Theory* (Deegan, 2002; Navarro et al., 2010; Mussari and Monfardini, 2010; Farneti and Siboni, 2011; Isabel, Jose,Luis 2013).

Gray et al (1996:46) menyatakan bahwa organisasi atau perusahaan akan terus berlanjut keberadaanya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk system nilai yang sepadan dengan system nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan mereka untuk menggambarkan kesan tanggungjawab lingkungan, sehingga mereka diterima oleh masyarakat. Dengan adanya penerimaan dari masyarakat tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan, sehingga

dapat meningkatkan laba perusahaan. Hal tersebut dapat mendorong atau membantu investor dalam melakukan pengembalian keputusan investasi.

Teori legitimasi menyediakan perspektif yang lebih komprehensif pada pengungkapan CSR. Teori ini secara eksplisit mengakui bahwa bisnis dibatasi oleh kontrak *social* yang menyebutkan bahwa perusahaan sepakat untuk menunjukkan berbagai aktivitas *social* perusahaan agar perusahaan yang pada akhirnya akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan (Deegan,2002).

Gray et al. (1995) memperlihatkan bahwa sebagian besar pengetahuan yang berkaitan dengan pengungkapan CSR berasal dari penggunaan kerangka teori yang menyebutkan bahwa pengungkapan lingkungan dan *social* merupakan jalan untuk melegitimasi kelangsungan hidup dan operasi perusahaan pada masyarakat.

Perrow (1970) dalam Reverte (2008) mendefinisikan legitimasi sebagai berikut :

“Legitimacy as a generalized perception or assumption that actions of an entity are desirable, proper, or appropriate within some socially constructed system of norms, value, beliefs, and definitions.”

Oleh karena itu, meskipun perusahaan mempunyai kebijaksanaan operasi dalam batasan institusi, kegagalan perusahaan dalam menyesuaikan diri dengan norma ataupun adat yang diterima oleh masyarakat, maka akan mengancam legitimasi perusahaan serta sumber daya perusahaan, dan pada akhirnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan (Scott,1987 dalam Reverte, 2008).

Jennings and Zandbergen (1995) dalam Reverte (2008) menyatakan bahwa tipe tekanan institusional dapat menjadi memaksa, normative, dan mempengaruhi angka pertumbuhan perusahaan pada praktik pembangunan berkelanjutan yang dilakukan oleh perusahaan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan,

pengungkapan perusahaan telah menyediakan bukti bahwa perusahaan yang mengungkapkan informasi secara sukarela pada laporan tahunan perusahaan mampu menjadikan pengungkapan tersebut sebagai strategi dalam mengorganisir legitimasi perusahaan. Pengungkapan CSR dapat dilihat sebagai suatu cara perusahaan membangun citra atau symbol kesan bahwa perusahaan menyampaikan pengungkapan CSR untuk mengendalikan posisi ekonomi atau posisi ekonomi perusahaan.

Dowling dan Pfeffer (1975) dalam Ghazali dan Chariri (2007) juga menjelaskan bahwa teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi. *The most widely used approaches to justify the disclosure of information about sustainability focus on Legitimacy Theory and Stakeholder Theory* (Deegan, 2002; Navarro et al., 2010; Mussari and Monfardini, 2010; Farneti and Siboni, 2011). Dowling dan Pfeffer (1975, p. 131) dalam Ghazali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa :

“Karena legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai *social*, reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan.”

Yang melandasi teori legitimasi adalah “kontrak *social*” yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Shocker dan Sethi (1974, p.67) dalam Ghazali dan Chariri (2007) memberikan penjelasan tentang konsep kontrak *social* sebagai berikut :

Semua institusi *social* tidak terkecuali perusahaan beroperasi di masyarakat melalui kontrak *social*-baik eksplisit maupun implisit-dimana kelangsungan hidup dan pertumbuhannya didasarkan kepada.

- 1) Hasil akhir (*output*) yang secara *social* dapat diberikan kepada masyarakat yang luas.
- 2) Distribusi manfaat ekonomi, *social* atau politik kepada kelompok sesuai dengan power yang dimiliki.

Tinker et al (1991) dalam Ghazali dan Chariri (2007) juga mengatakan bahwa pengungkapan *social* dan lingkungan pada dasarnya merupakan refleksi atas munculnya konflik *social* kapitalis dengan kelompok lain dan meyakini bahwa :

“Publik, secara umum, menjadi makin sadar atas konsekuensi negative dari pertumbuhan perusahaan. Public menekan bisnis dan pemerintah untuk mengeluarkan dana guna memperbaiki atau mencegah lingkungan fisik, untuk menjamin kesehatan dan keselamatan konsumen, pekerja, dan mereka yang tinggal di lingkungan dimana produk dibuat dan limbah dibuang, dan untuk bertanggungjawab terhadap konsekuensi timbul dari adanya penutupan pabrik dan pengangguran karena teknologi.”

Kegiatan perusahaan dapat menimbulkan dampak *social* dan lingkungan, sehingga praktik pengungkapan *social* dan lingkungan merupakan alat manajerial yang digunakan perusahaan untuk menghindari konflik *social* dan lingkungan. Selain itu, praktik pengungkapan *social* dan lingkungan konflik *social* dan lingkungan. Selain itu, praktik pengungkapan *social* dan lingkungan dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan *social* dan lingkungan dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada public untuk menjelaskan berbagai dampak *social* dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan baik dalam pengaruh yang baik maupun dampak yang buruk. Ghazali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa penelitiannya berhasil menunjukkan bahwa suatu perusahaan asuransi meskipun tidak banyak menimbulkan kerusakan *social* dan lingkungan-mengungkapkan informasi tentang pelatihan, sumbangan *social*, keterlibatan dalam aktivitas *social* dalam pelaporan keuangan karena perusahaan

tersebut tidak mau terlibat dalam konflik *social* dengan masyarakat dan berusaha hidup rukun dengan masyarakat, sehingga memperoleh *legitimacy* atas aktivitasnya.

Dalam konteks ini, Ghazali dan Chariri (2007) menyimpulkan bahwa :

“Social disclosure dapat berfungsi sebagai respon dini perusahaan terhadap tekanan peraturan dan sebagai counter terhadap intervensi pemerintah atau tekanan dari kelompok eksternal. Oleh karena itu, dari pandangan ini, social disclosure mungkin digunakan untuk mengantisipasi atau menghindari tekanan social. Pada saat yang sama, pengungkapan tersebut digunakan untuk mengungkapkan reputasi perusahaan di mata publik.”

2.2.2 Teori Stakeholder

Pendekatan *stakeholder* muncul pada pertengahan tahun 1980-an. Latar belakang pendekatan *stakeholder* adalah keinginan untuk membangun suatu kerangka kerja yang responsive terhadap masalah yang dihadapi para manajer saat itu yaitu perubahan lingkungan. Tujuan dari manajemen *stakeholder* adalah untuk merancang metode untuk mengelola berbagai kelompok dan hubungan yang dihasilkan dengan cara yang strategis (Freeman, 1994).

Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Pengungkapan *social* dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholdernya* (Gray, et al., 1995). Perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, dan untuk mendapatkan dukungan dari *stakeholder* perusahaan harus memberikan manfaat bagi para *stakeholdernya*.

Definisi *stakeholder* menurut Freeman (1994) dalam Daniri, (2008) adalah setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh

pencapaian tujuan organisasi. *Stakeholder* dapat dibagi menjadi dua berdasarkan karakteristiknya yaitu *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder (Clarkson,1995 dalam Daniri,2008). *Stakeholder* primer adalah seseorang atau kelompok yang tanpanya perusahaan tidak dapat bertahan untuk *going concern*, meliputi : *shareholder* dan investor, karyawan, konsumen dan pemasok, bersama dengan yang didefinisikan sebagai kelompok *stakeholder* public, yaitu : pemerintah dan komunitas. Kelompok *stakeholder* sekunder didefinisikan sebagai mereka yang mempengaruhi, atau dipengaruhi perusahaan, namun mereka tidak berhubungan dengan transaksi perusahaan dan tidak esensial kelangsungannya.

Dari dua jenis stakeholder di atas, *stakeholder* primer adalah *stakeholder* yang paling berpengaruh bagi kelangsungan perusahaan karena mempunyai *power* yang cukup tinggi terhadap ketersediaan sumber daya perusahaan. Oleh karena itu, “ketika *stakeholder* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan cara-cara yang memuaskan keinginan *stakeholder*” (Chariri dan Ghozali, 2007). Lebih lanjut lagi teori *stakeholder* umumnya berkaitan dengan cara-cara yang digunakan perusahaan untuk *manage stakeholdernya* (Gray, et al., 1997).

Teori *stakeholder* adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja (*stakeholder*) perusahaan bertanggungjawab Freeman (1994). Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholdernya* dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholdernya*, terutama *stakeholder* yang mempunyai *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Chariri dan Ghozali, 2007). Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para stakeholder

perusahaan adalah dengan melaksanakan CSR, dengan pelaksanaan CSR diharapkan keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholdernya*. Hubungan yang harmonis akan berakibat pada perusahaan dapat mencapai keberlanjutan atau kelestarian perusahaannya (*sustainability*).

Ghozali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa *stakeholder theory*, perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham) kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut. Gray, Couhen dan Adams (1996, o 53) dalam Ghozali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa :

“Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Makin *powerful stakeholder*, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan *social* dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholdernya*.”

Beberapa dekade terakhir, asumsi tentang definisi stakeholder telah mulai berkembang dan berubah secara substantial. Pada mulanya, pemegang saham dianggap sebagai satu-satunya *stakeholder* perusahaan sesuai yang dikemukakan oleh Friedman (1962) dalam Ghozali dan Chariri (2007) yang mengatakan bahwa utama perusahaan adalah untuk dikembangkan lagi oleh Freeman (1983) dalam Ghozali dan Chariri (2007) yang menyatakan ketidaksetujuan dengan pandangan ini dan memperluas definisi *stakeholder* dengan memasukkan konstituen yang lebih banyak, termasuk kelompok yang dianggap tidak menguntungkan

(*adversarial group*) seperti pihak yang memiliki kepentingan tertentu dan regulator (Roberts, 1992 dalam Ghazali dan Chariri, 2007).

Teori *stakeholder* secara eksplisit mempertimbangkan akan dampak kebijakan pengungkapan perusahaan ketika ada perbedaan kelompok *stakeholder* dalam suatu lembaga. Pengungkapan perusahaan dijadikan alat manajemen untuk mengelola kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh berbagai kelompok *stakeholder* (*stakeholder groups*). Oleh karena itu, manajer menggunakan kebutuhan informasi ini dalam mengelola *stakeholder* agar mendapatkan dukungan oleh para *stakeholder* yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan (Gray et al., 1996 dalam Reverte, 2008).

Hears dan Bolce (1981,p.248) dalam Ghazali dan harir (2007) mengatakan bahwa :

“Kelompok aktivis merupakan instrumen yang menarik perhatian berkaitan dengan isu-isu seperti kualitas, keamanan produk, perlindungan lingkungan dan memiliki pengaruh besar terhadap perkembangan pengukuran sosial dan pelaporan sosial.”

Oleh karena itu, praktik pengungkapan CSR memainkan peran yang penting bagi perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan hidup di lingkungan masyarakat, dan kemungkinan aktivitasnya memiliki dampak *social* dan lingkungan. Dengan pengungkapan CSR ini, diharapkan perusahaan mampu memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan serta mengelola *stakeholder* agar mendapatkan dukungan oleh para *stakeholder* yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan khususnya para kelompok aktivis yang sangat memperhatikan isu-isu yang sedang terjadi. Hal ini sesuai dengan pendapat Preston dan Post (1975, p.2) dalam Ghazali dan Chariri (2007) yang mengatakan bahwa “karena unit bisnis

merupakan elemen yang penting dan besar dalam masyarakat, uni tersebut diharapkan terus berinisiatif dan berpartisipasi dan responsive dalam proses pengambilan keputusan *social*".

2.2.3 Teori Agensi

Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (principal) yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (agensi) yaitu manajer. Jansen dan Meckling (1986) menyatakan hubungan keagenan adalah suatu kontrak dimana suatu atau lebih orang (principal) melibatkan orang lain (agen) untuk melakukan beberapa layanan atas nama mereka yang melibatkan mendelegasikan sebagian kewenangan pengambilan keputusan kepada agen.

Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Sehingga terjadi konflik kepentingan antara pemilik dan agen karena kemungkinan agen tidak selalu berbuat sesuai dengan kepentingan *principal*, sehingga diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan. Sedang para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dan syarat-syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut.

Dalam hubungan agensi tersebut, terdapat 3 faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan yaitu biaya pengawasan (*monitoring costs*), biaya kontrak (*contracting costs*), dan *visibilitas politis*. Perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi tanggungjawab sosial dengan tujuan untuk membangun *image* pada perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat. Perusahaan memerlukan biaya dalam rangka untuk memberikan

informasi pertanggungjawaban *social*, sehingga laba yang dilaporkan dalam tahun berjalan menjadi lebih rendah. Ketika perusahaan menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah dan visibilitas politis yang tinggi akan cenderung untuk mengungkapkan informasi pertanggungjawaban *social*. (Belkaoui dan Karpik, 1989) Jadi pengungkapan informasi pertanggungjawaban *social* berhubungan positif dengan kinerja *social*, kinerja ekonomi, dan visibilitas politis dan berhubungan negative dengan biaya kontrak dan pengawasan (biaya keagenan), (Anggraini, 2006).

Berdasarkan teori agensi, perusahaan yang menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah cenderung akan melaporkan laba bersih rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen (salah satunya biaya yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat). Kemudian, sebagai wujud pertanggungjawaban, manajer sebagai agen akan berusaha memenuhi seluruh keinginan pihak principal, dalam hal ini adalah pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan.

2.2.4 Teori Kontingensi (*Contingency Theory*)

Teori Kontingensi yang dikembangkan pada tahun 1960 oleh Tom Burns dan G.M. Penguntit di Inggris, dan Paul Lawrence dan Jay Lorsch di Amerika Serikat, menyatakan bahwa "tidak ada cara terbaik untuk berorganisasi". Ini berarti bahwa struktur organisasi dan sistem kontrol yang dipilih manajer bergantung pada karakteristik lingkungan eksternal tempat organisasi beroperasi (Jones, dkk, 2003: 62). Menurut Hasibuan (2001), teori kontingensi merupakan suatu teori yang cocok digunakan dalam hal yang mengkaji reka bentuk, perancangan, prestasi dan kelakuan organisasi serta kajian yang berkaitan dengan pengaturan strategi.

Menurut Thomas dan Andrew (1991), teori kontingensi menyatakan pemilihan system akuntansi oleh pihak manajemen adalah tergantung pada perbedaan desakan lingkungan perusahaan. Teori ini penting sebagai media untuk menerangkan perbedaan dalam struktur organisasi. Variabel yang sering dipakai dalam bidang ini adalah organisasi, lingkungan, teknologi, cara pembuatan keputusan, ukuran perusahaan, struktur, strategis, dan budaya organisasi dan penerapan tanggungjawab *social*, serta ketidakpastian. Teknologi, industry, misi dan strategi kompetitif, observabilitas (Reverte 2008).

CSR merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan sebagai akibat dari desakan lingkungan disekitar perusahaan. Dalam UU No. 40, 2007, dinyatakan bahwa perusahaan yang aktifitasnya dalam sector atau yang berhubungan dengan sumber daya alam harus menerapkan CSR. Tuntutan dari para *stakeholder* dan lingkungan telah “memaksa” perusahaan agar keberadaan perusahaan diapresiasi secara positif oleh *stakeholder* sehingga tercapai tingginya nilai perusahaan.

Teori kontinjensi mensyaratkan perusahaan harus menerapkan *good corporate governance*, karena dengan penerapan GCG perusahaan akan memiliki masa depan yang berkelanjutan dan berkesinambungan. Menurut IICG (2010), GCG dapat didefinisikan sebagai struktur, sistem, dan proses yang digunakan oleh organ-organ perusahaan sebagai upaya untuk memberikan nilai tambah perusahaan secara berkesinambungan dalam jangka panjang, dalam kaitanya dengan struktur, perusahaan diwajibkan menciptakan perangkat organisasi tertentu (seperti komisaris independen, komite audit, komite remunerasi) untuk menjalankan fungsi spesifik, sedangkan dalam hal sistem, manajemen perusahaan diwajibkan mengikuti proses

atau aturan tertentu dalam pengambilan keputusan dan dalam menjalankan kegiatannya secara umum.

2.2.5 Model *Tawhidi String Relation*

Al-Quran dan Sunnah Rasul dalam *tawhidi epistemology* sebagai sumber ilmu dan kebenaran. Sehingga tidak berlebihan jika Al-Jauziyah, mengatakan bahwa Ilmu adalah firman Allah, sabda Rasulullah dan perkataan para sahabatnya. Hal ini juga sesuai berfirman Allah SWT,

كَمَا أَرْسَلْنَا فِيكُمْ رَسُولًا مِّنكُمْ يَتْلُو عَلَيْكُمْ آيَاتِنَا وَيُزَكِّيكُمْ وَيُعَلِّمُكُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ
وَيُعَلِّمُكُم مَّا لَمْ تَكُونُوا تَعْلَمُونَ

Sebagaimana Kami telah mengutus kepadamu Rasul di antara kamu yang membacakan ayat-ayat Kami kepada kamu dan mensucikan kamu dan mengajarkan kepadamu Al-Kitab dan Hikmah (sunnah), serta mengajarkan kepada kamu apa yang belum kamu ketahui. (QS. 2 Al-Baqarah: 151)

Ayat di atas menegaskan bahwa tugas seorang rasul adalah mengajak umatnya menuju taraf hidup mulia, mengangkat harkat dan martabat mereka, mengajarkan kepada mereka Al-Quran dan sunnah, agar umatnya memperoleh pengetahuan yang lengkap, serta mampu menembus batas kemampuan manusia secara normal. Ini maknanya bahwa ilmu manusia tidak akan mencapai kebenaran yang pasti tanpa Al-Quran dan sunnah Rasul sebagai penyempurnanya. Sehingga Al-Quran-Sunnah adalah petunjuk dan penerang¹ (فِيهِ هُدًى وَنُورٌ) bagi manusia, yang mengajarkan manusia pada sikap tolong-menolong² dalam kebaikan dan

¹ . Surat Al-Maidah ayat: 46 dan surat Al-Baqarah ayat: 2

ذَلِكَ الْكِتَابُ لَا رَيْبَ فِيهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِينَ
Kitab (al-Qur'an) ini tidak ada keraguan padanya; petunjuk bagi mereka yang bertaqwa, (QS. 2:2)

² . Surat Al-Maidah: 2

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى

kebersamaan, yang diwariskan kepada orang-orang yang dipilih Allah sebagai manusia-manusia terbaik³ dan yang harus dijunjung tinggi (dipegang teguh) oleh orang-orang bertaqwa⁴”.

Dalam upaya mencapai kesejahteraan manusia dalam menghadapi berbagai permasalahan yang sangat kompleks dan sering kali saling terkait antar satu faktor dengan faktor lainnya. Dengan berbagai keterbatasan pemahaman, kekurangan dan kelemahan yang ada pada manusia serta kemungkinan adanya interdependensi berbagai aspek kehidupan sering kali menjadi permasalahan besar dalam upaya mewujudkan kesejahteraan

Untuk mengaplikasikan *ilmul yaqin* dalam pembiayaan membutuhkan proses, kerjasama dan kebersamaan. Yaitu dengan melibatkan banyak orang, baik itu para akademisi, para pakar ekonomi, ulama, pemerintah dan masyarakat secara keseluruhan. Tanpa kerja yang baik maka tidak akan mencapai hasil yang maksimal. Al-Quran pun mengajarkan dan memerintahkan agar manusia bekerjasama. Dengan kebersamaan persoalan seberat apapun akan dapat teratasi. Allah berfirman,

“Dan tolong-menolonglah kalian dalam (melakukan) kebajikan dan taqwa, dan janganlah tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan.”

Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran

³. Surat Fathir: 33

ثُمَّ أَوْرَثْنَا الْكِتَابَ الَّذِينَ اصْطَفَيْنَا مِنْ عِبَادِنَا فَمِنْهُمْ ظَالِمٌ لِنَفْسِهِ وَمِنْهُمْ مُقْتَصِدٌ وَمِنْهُمْ سَابِقٌ بِالْخَيْرَاتِ بإِذْنِ اللَّهِ

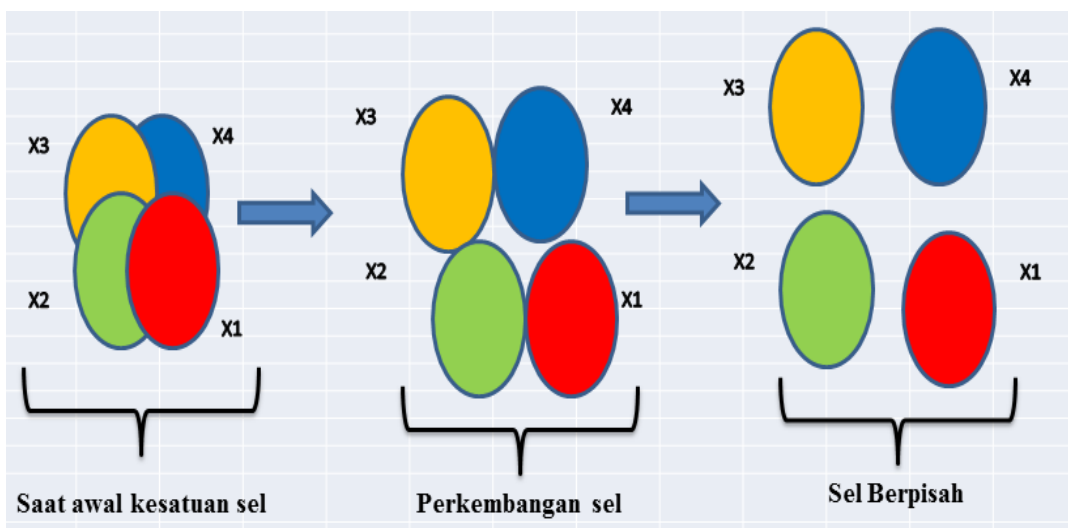
Kemudian Kitab itu Kami wariskan kepada orang-orang yang Kami pilih diantara hamba-hamba Kami, lalu diantara mereka ada yang menganiaya diri mereka sendiri dan diantara mereka ada yang pertengahan dan diantara mereka ada (pula) yang lebih dahulu berbuat kebaikan dengan izin Allah

⁴. HR. Imam Malik, Al-Muwaththa' hadits 1395:

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: تَرَكَتُ فِيكُمْ أَمْرَيْنِ لَنْ تَضِلُّوا مَا تَمَسَّكْتُمْ بِهِمَا كِتَابَ اللَّهِ وَسُنَّةَ نَبِيِّهِ

Pengungkapan *Social Responsibility* merupakan proses panjang yang dalam prakteknya melibatkan banyak orang. Sehingga dalam prosesnya akan terjadi interaksi. Pembiayaan sebagai penggerak ekonomi memiliki variabel-variabel yang saling terkait satu sama lainnya secara tersistem (*sistem*). Masing-masing variabel tersebut, saling membutuhkan, saling mendukung dan saling mempengaruhi. Tata laku saling membutuhkan sistem yang mencerminkan antara variabel tersebut dengan berinteraksi dan berpasangan (*pair-ness*) satu sama lainnya.

Maka, pengungkapan Indek SR bukan seperti teori mutasi sel oleh Darwin, yang menjelaskan tidak adanya keterikatan antara satu variabel dengan yang lainnya. Masing-masing sel berpisah dan saling menjauhi, yang dapat digambarkan pada gambar 2.1 berikut :



Gambar 2.1 ISR dalam Teori Mutasi Sel dari Darwin

Dalam pendekatan syariah dikenal suatu proses *Interaction, Integration and Evolution Process (IIE)*. Proses ini digambarkan dalam hadits sebagai berikut,

لَا تَدْخُلُونَ الْجَنَّةَ حَتَّى تُؤْمِنُوا وَلَا تُؤْمِنُوا حَتَّى تَحَابُّوا أَوْ لَا أَدْلُكُمْ عَلَى شَيْءٍ إِذَا فَعَلْتُمْوهُ تَحَابَبْتُمْ
 أَفْسُوا السَّلَامَ بَيْنَكُمْ

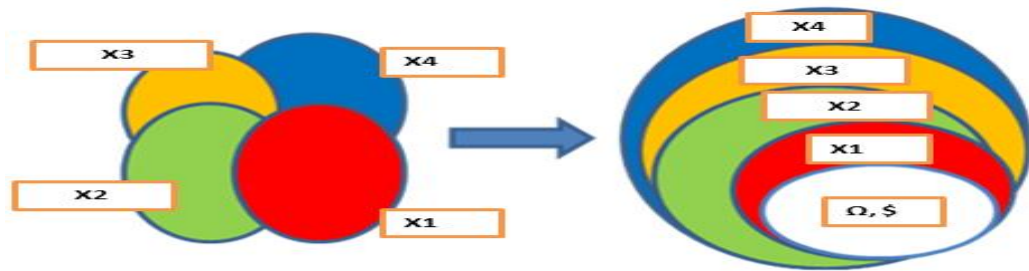
Kalian tidak akan masuk surga sampai kalian beriman. Dan kalian tidak akan beriman sampai kalian saling mencintai. Tidakkah aku tunjukkan kepada kalian pada sesuatu yang jika kalian lakukan maka akan melahirkan kecintaan diantara kalian, yaitu tebarkanlah salam di antara kalian.

Hadits tersebut menunjukkan adanya proses *interaction* yaitu dengan cara saling menebar salam. Dalam proses ini dilakukan maka terbentuklah kecintaan sebagai gambaran saling berintegrasi (*integration*) diantara mereka. Penyatuan tersebut merupakan karakter orang beriman, yang melandasi integrasinya dengan saling percaya satu sama lain. Maka mereka berevolusi menggapai keberuntungan bersama berupa surga.

Proses *IIE* tidak mengenal mutasi sebagaimana dinyatakan oleh Darwin, sehingga mutasi sel dapat dihindari (Budhijana, 2007; 2010).

Hal ini terjadi karena:

- 1) *Ilmul yaqin* sebagai simbol perpaduan antara ilmu dan iman yang bersumber dari Al-Quran dan sunnah, selalu mendorong untuk menguatkan keterpaduan dalam bentuk *sillaturrahim* dan kebersamaan dalam bentuk *mahabbah*, sehingga pengembangan sel inti menjadi besar bersama secara seimbang. Perkembangan yang seimbang terjadi secara terus-menerus dimana suatu variabel akan berinteraksi (*interaction*) dengan variabel lainnya. Setiap aksi yang baik akan diresponse baik pula dan terjadi secara terus-menerus.
- 2) Menurut TSR, jika kita meletakkan kualitas agama yang berasal dari Al-Quran dan sunnah, maka akan memupuk dan mengembangkan inti sel (gambar 2.2).



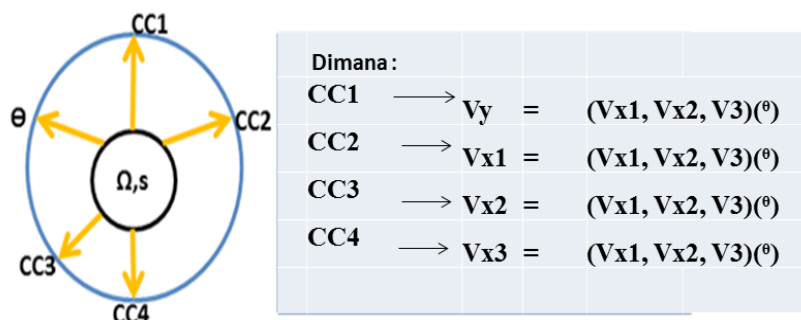
Gambar 2.2 Perkembangan Index SR dalam TSR

Sumber: Budhijana (2010)

Inti sel berkembang dan berubah seiring waktu. Ia menciptakan jaringan halus yang saling terkait dan berkembang kuat dan membesar secara bersamaan. Hal ini disebabkan oleh adanya proses belajar.

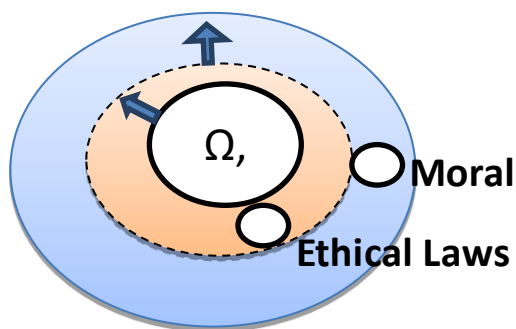
Dalam Index SR tidak ada pihak yang diabaikan keselamatannya dan dirugikan, baik stakeholder, karyawan, lingkungan dan pemerintah. Mereka saling membutuhkan satu sama lain, bersinergi, bergerak secara dinamis serta saling berinteraksi dan mengintegrasikan keterkaitan mereka.

Keberhasilan Index SR akan tercapai kalau tidak mengabaikan unsur sebab-akibat (*Circular Causation*) CC1, CC2, CC3 dan CC4 seperti yang diilustrasikan dalam hadits di atas. Dalam keberhasilan itu dapat diperoleh dengan mengikuti sirkular proses interaksi, integrasi dan evolusi. Mereka memiliki prinsip *complimentarity* dan interkoneksi di antara mereka. (Budhijana, 2010).



Gambar 2.3 Skema Index SR dan Circular Causation (CC)

Inti Index SR yang didalamnya melibatkan *ilmul yaqin* yang bersumber pada Al-Quran dan sunnah selalu membangun kesadaran⁵ (*consciousness*) secara terus menerus. Dalam Choudhury (1999); Abuznaid (2010); dan Rabb (2010) proses ini berlangsung terus menerus dan secara bersamaan keberkahan Allah SWT akan menghadirkan moral dan etika. Disinilah terjadi keterkaitan dengan *ilmul yaqin* dengan tatanan kesejahteraan umat manusia melalui CSR secara *Halal Lifestyle* sebagai sebuah sistem terlengkap dari suatu ilmu di dunia hingga kembali ke pada yang Maha Kuasa (*completion of the world system*). Sistem ini secara terus menerus akan bergerak *recursiveness* berputar secara dinamis menghadirkan proses peningkatan produktivitas masyarakat melalui *learning process* (Choudhury, 1999).



Gambar 2.4 Hadirnya Moral dan Etika dalam TSR

Ini berarti bahwa produktifitas Index SR dalam fungsi kesejahteraan bisa menjadi sangat kuat daripada sebelumnya. *Ilmul yaqin* yang telah terinduksi ke

(¹). Kesadaran moral beretika, bagi seseorang ia akan merasa selalu diawasi oleh yang Maha Melihat walau tidak terlihat, dan akan memunculkan sifat istiqomah, tidak malas, kedisiplinan, kepatuhan, keinginan selalu memperbaiki diri, mencegah dari perbuatan keji dan munkar, yakin akan pertolongan Allah. “Bilakah datangnya pertolongan Allah?”. Ingatlah, sesungguhnya pertolongan Allah itu amat dekat”. (QS Al Baqarah : 214). Ingatlah kamu kepada- Ku niscaya Aku ingat pula kepadamu (QS Al Baqarah: 152). Ingatlah Allah di waktu berdiri, di waktu duduk dan di waktu berbaring (QS An Nisaa: 103).

dalam model, membuat proses pembelajaran bekerja dan meningkatkan pemahaman nilai-nilai agama.

Menurut Choudhury (2001), bangkitnya pengetahuan dalam *Shura* memiliki perbedaan konsepsi kontrak sosial dalam pengambilan keputusan partisipatif di semua tingkat pemahaman manusia. Choudhury (2011), *The TSR methodology has five variables which used the model of circular structural equation causation* Interaktif seperti proses relasional juga menjelaskan interaksi tingkat mikro dalam menurunkan masalah untuk saling keterkaitan seperti yang tersirat oleh prinsip universal yang ada di seberang melengkapi keragaman bentuk-bentuk dan peristiwa. Seperti teori kontrak sosial sangat dikembangkan dalam hal merawat tataniaga preferensi dan kepentingan umum (*al-mashlahah wal-istihsan*) oleh Imam Al-Syatibi.

Di sini tujuan utama syari'at ditunjukkan untuk menjadi pelestarian kesejahteraan dalam masyarakat Islam. Fungsi kesejahteraan ditampilkan akan ditentukan oleh sifat partisipatif luas wacana dalam Islam yang berpusat di sekitar sistem, agen, tujuan, variabel, dan *shuratic* dirasakan hubungan mereka problem spesifik yang berkaitan dengan ilmu pengetahuan dan masyarakat (Choudhury, 2001). Menurut Schrodinger dalam Choudhury (2004) bahwa berinteraksi *pervasively* sama seperti seperti mikro-entitas dalam komunitas (Schrodinger, 1944).

Choudhury (2001) menjelaskan bahwa dalam formalisme unik *tawhidi* adalah hukum yang menentukan perilaku hidup dan pengendalian pikiran. Syariah diambil dalam aplikasi yang luas untuk sains dan masyarakat menjadi media yang

luas seperti wacana, derivasi aturan (*ahkam*) dan aplikasi mereka untuk masalah-masalah tertentu. Konsepsi ini tercermin dalam ayat Al-Qur'an (6:11).

Teori-teori diatas didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Mariyanti (2011) dengan judul penelitian “*Socio-Economic Factors Affecting The Reduction Of Poverty In Indonesia In Islamic Perspective*” dengan menggunakan *Tawhidi String Relation* sebagai metode penelitian. Dalam penelitiannya Mariyanti menyebutkan bahwa :

“ The dissemination and development of knowledge among humans is done by a discussion process (suratic process) based on Quran, Sunnah and knowledge of reliable scholars (Q, S and θ^). "...their affair (decided) with consultation among them" (Q.S. Asyasyuro [42]: 38). The suratic process is carried out in the form of interaction, integration and evolution (IIE) which makes interrelationships (circular causation) between issues (X) and makes the flow of knowledge (θ) on the issues discussed $\{X(\theta)\}$. In accordance with the purpose of the Shari'a, the process of discussion is conducted to improve human welfare or as social wellbeing function $\{W(\theta, X(\theta))\}$. If this process is completed, it will continue to repeat until the end of time, as Allah Almighty says: "(At last) all affairs return to Allah" (Surah Asyasyuro 42: 53) ” (Choudhury in Mariyanti, 2011).*

Aryanda (2018) dalam penelitiannya yang berjudul “*Factors Affecting Internal Control of Zakat Organizations in Tawhidi String Relationship Perspective*” menyatakan bahwa:

“Path analysis is assumed as a recursive model, where all arrows go in one direction or causal flow only in one direction, and there is no reverse direction (Ghozali, 2008). Because this research uses the TSR perspective as the model in Figure 1, there will be a reciprocal relationship (circular causation) between variables. The model is divided into two models so we can do path analysis ”

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Bhakti (2009) dengan judul penelitian “*Inter-relation between Indonesian Islamic Capital Market Index and the World Market Indices. Application of TSR Method*” yang menyatakan bahwa :

“The TSR (Tawhidi String Relation) research methodology is the premise that the source of knowledge is the Supreme Almighty Allah (omega notation), which encompasses all that is in the Qur'an, and the Almighty Allah says in Surah Ibrahim, verse 24. He produces his fruit every time, with God's permission. And the Almighty God forsakes this tree as one who always remembers to God (Surah Ibrahim, verse 25). According to the authors, the TSR method is highly relevant to both its meaning and its application, given that the TSR method is loaded with the perfect process of the universe, physics and human anatomy aspects”.

2.2.5.1 Ontology dan Shuratic Proses

Al-Ghazali (2003) dan Choudhury (1999) membedakan pendekatan analisa ekonomi syariah dengan ekonomi konvensional. Pada riset ini menggunakan pendekatan riset islami dengan landasan dari Al-Quran (Ω)⁶ sebagai petunjuk Allah SWT (yang menguasai alam semesta dan sumber ilmu pengetahuan) dan Sunnah Rasulullah (s)⁷. Landasan ini menjadi dasar pijakan pemikiran yang telah diamanahkan dan dipesankan Rasulullah SAW kepada umat manusia agar tidak salah jalan. Inilah awal ilmu pengetahuan yang memiliki pijakan dalam prosesnya yang dikenal sebagai *epistemology*.

Proses *epistemology* diturunkan Yang Maha Kuasa sebagai sumber ilmu pengetahuan (dapat dilihat pada An-Nahl: 48-50 dan Ar-Ruum: 11) dan dikenal

(⁶). Al Quran :

- Ali Imron 138 “.....Al Quran adalah penerang bagi seluruh manusia dan petunjuk serta pelajaran bagi orang-orang yang bertaqwa”.
- AnNahl 89 “.....Dan kami turunkan Kitab(Al Quran) kepada mu untuk menjelaskan segala sesuatu, sebagai petunjuk serta rahmat dan kabar gembira bagi orang yang berserah diri (muslim)”
- Al Maidah 2 “Dan tolong-menolonglah kamu dalam mengerjakan kebaikan dan takwa dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah SWT, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”.
- Al Ahzab 56. Sesungguhnya Allah dan malaikat-malaikat-Nya bersholawat untuk Nabi. Hai orang-orang beriman, bersholawatlah kamu untuk Nabi dan ucapkan salam penghormatan kepadanya.

(⁷). Sunnah Rasul :

- “Aku tinggalkan/wariskan kepada kalian dua perkara, siapa saja yang berpegang-teguh pada keduanya, selamatlah dia. Dua perkara itu adalah Al Qur'an dan Sunnah (jalan hidup) Rasulullah,” diriwayatkan Buchori dan Muslim.

sebagai hidayah/ilmu pengetahuan $\{(\theta)\}$. Hidayah atas izin Yang Maha Kuasa tersebar dari manusia kepada manusia lainnya sebagai *rahmatan nil allamin* (Al-Anbiya: 21, 107 dan Al-Ahzab 33, 56).

Penyebaran pengetahuan dari orang ke orang, dari majelis ke majelis sering dikenal sebagai *Shuratul Process*.

Menurut Choudhury (1999, 1997) merujuk pada [Asy-Syura: 31-38 dan Ar-Rahman 55] mendefinisikan *Shuratul Process* adalah suatu proses yang padat dengan tukar-menukar pemikiran dan pertimbangan (*discuss, discourse*), memiliki pendekatan kesadaran untuk selalu bertasbih (*consciousness*), mensyukuri nikmat, berbaik sangka sekaligus penyerahan diri (*qona'ah*) mengagungkan yang Maha Kuasa dan menghasilkan suatu kesepakatan (*consensus, ijma dan ijtihad*) sebagai suatu hasil proses pengambilan keputusan manajerial. Kesepakatan (*agreement, consensus, ijma dan ijtihad*) dilambangkan sebagai

$$[(\theta)] \rightarrow [(\theta_i)]$$

Setiap makhluk memiliki ketidaksempurnaan dan keterbatasan dalam memahami ilmu pengetahuan. Kondisi ini dilambangkan sebagai $\text{Lim } \{[(\theta_i)]\}$. Melalui proses diskusi maupun wacana yang kemudian menghasilkan kesepakatan, ketidaksempurnaan, keterbatasan dan kelangkaan sedikit demi sedikit bisa teratasi $[(\theta_i)^*]$. Ini berarti *Rahmatan lil Alamiin* juga hadir pada tahapan ini. Tahapan ini dapat di lambangkan sebagai:

$$\text{Lim } [(\theta_i)] \rightarrow [(\theta_i)^*]$$

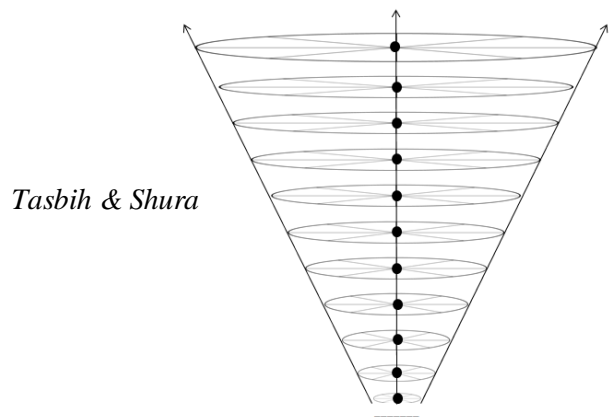
Menurut Choudhury, dalam tahapan ini suatu ilmu akan mengarah kepada pemahaman materi antara semua yang terlibat pada variabel tertentu $[\theta_k]$. Dalam

[Yaasiin: 36] Allah menciptakan makhluk secara berpasangan hal ini memberi petunjuk bahwa keterlibatan variabel secara keseluruhan dapat merupakan pasangan-pasangan variabel (*bundle of the pair-ness*). Dalam pasangan dan antar pasangan variabel $[\theta_k;(\theta_k)]$ memiliki *learning process* yang mencakup *interaction, integration and evolutionary (IIE) process*. Proses ini dapat dilambangkan sebagai:

$$[(\theta_i)^*] \rightarrow [\theta_{..};(\theta_{..})]$$

$[\theta_k;(\theta_k)]$ sebagai pasangan variabel akan menghadapi perubahan dikarenakan pewarisan tradisi, keterampilan dan budaya makanan dikenal sebagai proses pembelajaran (*learning process*) dan peralihan pengetahuan (*transferred knowledge*) dari waktu ke waktu (*over time, history*). Proses yang lengkap disebut sebagai sistim dunia tauhid (*Completness the Tawhidi World System*). Dimana ilmu datang dari Allah dan akan kembali kepada Allah SWT.

Continuos Evolution of the World-System by Circular Causation of Knowledge Until the Hereafter



Gambar 2.5 *Tawhidi Relational Epistemologies : Principle of Pervasive Complementarities*

2.3 Tinjauan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

2.3.1 *Pengertian Corporate Sosial Responsibility*

Kerangka pemikiran yang termuat dalam *legitimacy theory* dan *stakeholder theory* mengandung esensi mendasar tentang pergeseran paradigma pengelolaan perusahaan kearah orientasi keberpihakan terhadap masyarakat secara lebih luas. Muatan pergeseran kearah *community orientation* tersebut sudah tentu akan lebih banyak bermuatan tanggungjawab sosial (*social responsibility*) yang pada akhirnya justru dapat dijadikan pilar dalam menciptakan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) bagi perusahaan.

Menurut Johnson and Johnson (2006) dalam Komar (2004), mendefinisikan “*Corporate Social Responsibility (CSR) is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact on society*”. Definisi tersebut pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana cara mengelola perusahaan, baik sebagian maupun secara keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungan. Untuk itu, perusahaan harus mampu mengelola bisnis operasinya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Menurut Lora Holme and Richard Watts (2000), mendefinisikan “*Corporate Social Responsibility is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large.*”

Sedangkan (Kwesi and Dartey; 2006) mendefinisikan “*CSR is about capacity*

building for sustainable livelihoods. It respects cultural differences and community and the government”, lebih lanjut dinyatakan *“corporate social responsibility (CSR) is about business giving back to society”*. Batasan yang diberikan Ghana tersebut memberikan penjelasan secara lebih dalam, bahwa sesungguhnya *corporate social responsibility* memberikan kapasitas dalam membangun *corporate building* menuju terjaminnya *going concern* perusahaan. Di dalamnya, termasuk upaya peka (*respect*) terhadap adopsi sistemik berbagai budaya kedalam strategi bisnis perusahaan termasuk keterampilan karyawan, masyarakat, dan pemerintah.

2.3.2 Definisi Konsep Corporate Social Responsibility (CSR)

Konsep CSR merupakan konsep yang sulit diartikan. Hal inilah yang membuat makna CSR sangatlah luas dan bervariasi. Pengertian CSR menurut Wikipedia Indonesia menyatakan bahwa :

“Tanggungjawab sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan adalah memiliki suatu tanggungjawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan.”

Sebuah penjelasan yang luas oleh *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* yaitu asosiasi global yang terdiri dari sekitar 200 perusahaan yang secara khusus bergerak dibidang “pembangunan berkelanjutan” (*sustainable development*) menyatakan bahwa :

“CSR adalah merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarganya.”

Makna lain dari konsep CSR yang berkaitan dengan konsep ekonomi dari maksimalisasi nilai pasar, dengan menggunakan pendekatan definisi, *shareholder model* yang dikemukakan oleh Friedman (1970); Henmphyll (2004); dalam Inawesnia (2008) yang menyatakan bahwa :

“The responsibility of a corporation is “to conduct the business in accordance with (owner or shareholder) desires, which generally will be to makes as much money as possible while conforming to the basic rules of society, both those embodied in law and those embodied in ethical custom.”

Pada area bisnis saat ini, CSR masih bersifat normative, karena belum ada hukum yang secara resmi memberlakukan CSR sebagai sebuah kewajiban semua perusahaan. Selain itu, konsep yang bervariasi membuat beberapa penginterpretasian akan definisi CSR yang berbeda-beda. Penginterpretasian yang bermacam-macam ini lebih dikarenakan oleh berbagai perspektif yang berbeda.

Corporate social responsibility (CSR) yang juga dikenal sebagai *corporate responsibility, corporate citizenship, responsible business sustainable responsible business (SRB)*, ataupun *corporate social performance* merupakan bentuk dari regulasi perusahaan yang diintegrasikan dalam suatu model bisnis. Secara ideal, kebijakan CSR akan mempunyai fungsi *built-in* mekanisme *self-regulating*, pengendalian akan bisnis, dan memastikan kepatuhan akan hukum yang berlaku, standar etika, serta norma internasional. CSR mencakup pertanggungjawaban sebagai dampak pada aktivitas mereka pada lingkungan, pelanggan, pekerja, komunitas, *stakeholders*, dan pemakai lainnya. CSR akan secara proaktif menaikkan ketertarikan publik dengan mendorong pertumbuhan dan perkembangan komunitas. Pada dasarnya, CSR merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh

perusahaan dalam upaya untuk menaikkan ketertarikan publik dengan memperhatikan tiga garis dasar (*triple bottom line*): *people, planet, profit*.

Sejauh ini belum ada satu teori tunggal yang diterima untuk menjelaskan akuntansi *social* dan lingkungan, sehingga masih banyak terdapat variasi dalam hal perspektif teoritis yang dapat diadopsi (Belkaoui dan Karpik, 1989). Maka, dalam menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi indeks praktik pengungkapan CSR, penelitian ini menggunakan *multi-theoretical framework*, yaitu teori legitimasi dan teori *stakeholder* sebagai dasar pengungkapan *corporate social responsibility*.

Tanggung jawab *social* (*social responsibility*) yang merupakan keberpihakan terhadap *stakeholder*, meliputi keberpihakan terhadap *managers, employee, stockholders, creditors, traders, dan consumres* (Richard N Farmer dan W. Dickerson Hogue, 1973) dalam Inawesnia (2008). Kemudian, perusahaan tidak hanya memiliki kepentingan terhadap peningkatan laba (*profit*) tetapi juga memperhitungkan kepentingan kebutuhan kelompok masyarakat baik internal maupun eksternal. Lalu, adanya koherensi antara upaya meningkatkan profitabilitas perusahaan terhadap legitimasi perusahaan lewat peningkatan *corporate social responsibility*.

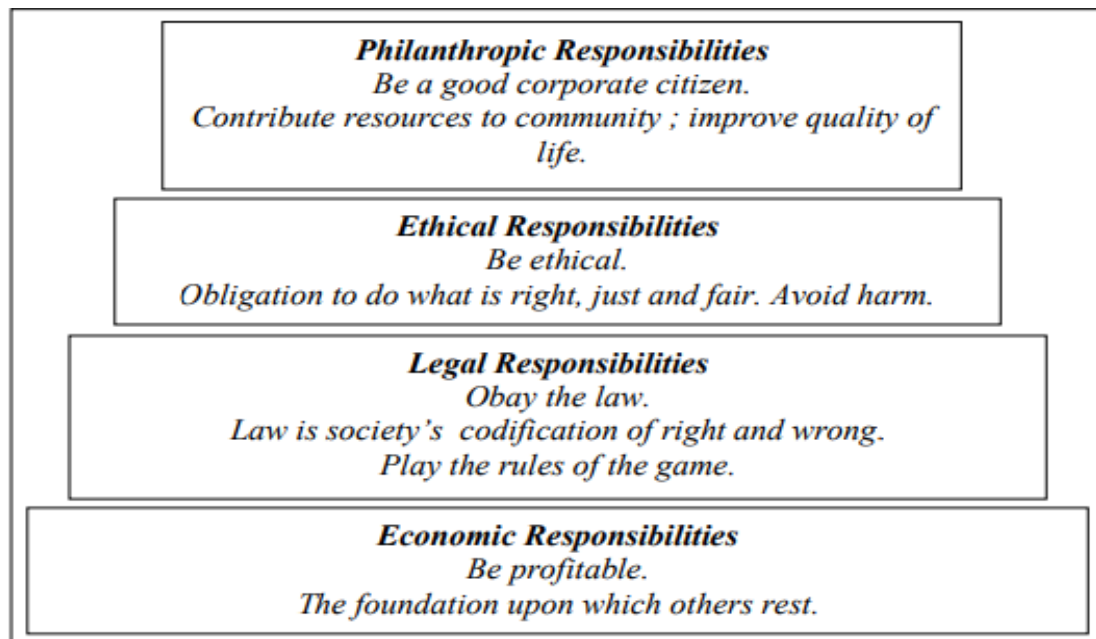
The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) merupakan lembaga internasional yang berdiri tahun 1955 dan beranggotakan 120 perusahaan multinasional yang berasal dari 30 negara dunia, lewat publikasinya "*Making Good Business Sense*" menjelaskan tentang *corporate social responsibility*:

"Continuing commitment by business to behave ethically and contributed to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large"

Penjelasan di atas menunjukkan *corporate social responsibility* adalah baru bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dikaitkan dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan dan keluarganya serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas.

Ide tanggung jawab sosial pada dasarnya adalah bagaimana perusahaan memberi perhatian kepada lingkungannya, terhadap dampak yang terjadi akibat kegiatan operasional perusahaan. Menurut Moir (2001) menyatakan “selain menghasilkan keuntungan, perusahaan harus mampu memecahkan masalah-masalah *social* terkait atau perusahaan ikut menciptakan masalah tersebut bahkan jika disana tidak mungkin ada potensi keuntungan jangka pendek atau jangka panjang. Salah satu penjabaran CSR yang terkenal adalah yang diungkapkan oleh Carroll (1991). Carroll (1991) mendefinisikan CSR ke dalam 4 bagian yaitu : tanggung jawab ekonomi (*economic responsibilities*), tanggung jawab hukum (*legal responsibilities*), tanggung jawab etis (*ethical responsibilities*), tanggung jawab filiantropis (*philiantropoc responsibilities*). Carroll menggambarkan keempat bagian CSR itu kedalam sebuah pyramid (gambar 2.1). piramida CSR dimulai dengan tanggungjawab yang lain. Pada saat yang sama perusahaan diharapkan untuk mematuhi hukum, karena hukum adalah kodifikasi yang dapat diterima masyarakat atas perilaku yang dapat diterima dan yang tidak dapat diterima. Selanjutnya perusahaan harus bertanggung jawab secara etis. Terakhir, perusahaan diharapkan untuk menjadi warga perusahaan yang baik (*good corporate citizen*).

Gambar 2.6 Piramida Corporate Social Responsibility (CSR)



Sumber : Carroll (1991)

WBCSD (*World Business Council for Sustainable Development*) menjelaskan CSR sebagai :

“CSR is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large.”

Penjelasan di atas berarti perusahaan harus dapat berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi beriringan dengan meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat luas. Ini bisa dilakukan dengan cara mengerti aspirasi dan kebutuhan *stakeholder* dan kemudian berkomunikasi dan berinteraksi dengan para *stakeholder*.

Menurut penelitian Dahlsrud (2006), komponen yang terdapat dalam definisi-definisi CSR telah ada sebelumnya. Dahlsrud menggunakan metode analisis isi serta pengujian atas hasil analisis isi melalui penghitungan frekuensi di dunia maya, Dahlsrud menemukan bahwa berbagai definisi CSR yang diteliti secara konsisten

mengandung lima komponen, yaitu : ekonomi, sosial, lingkungan, pemangku kepentingan, dan volunarisme. Kalau hasil analisis frekuensi diterapkan, maka urutan paling konsisten dari lima komponen adalah pemangku kepentingan dan *social* (keduanya memiliki rasio 88%), disusul ekonomi (86%), *voluntarisme* (80%) dan lingkungan (59%).

Konsep CSR pada umumnya menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para *stakeholders* yang terkait dan atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberika manfaat bagi *stakeholdernya*.

Hal ini didukung oleh Gray. Et al., (1995) bahwa, “kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Pengungkapan *social* dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholdernya*.”

Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholdernya* dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholdernya*, terutama *stakeholder* yang mempunyai kekuatan terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Chariri dan Ghozali, 2007). Salah satu strategi dalam menjaga hubungan dengan para *Stakeholder* perusahaan adalah dengan melaksanakan CSR, dengan pelaksanaan CSR diharapkan keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi sehingga dengan Stakeholdernya. Hubungan yang

harmonis antara perusahaan dengan sstakeholdernya. Hubungan yang harmonis akan berakibat pada perusahaan dapat mencapai keberlanjutan atau kelestarian perusahaannya (*sustainability*).

Dauman dan Hargreaves (1992) dalam Hasibun (2001) menyatakan bahwa tanggungjawab perusahaan (CSR) dapat dibagi menjadi tiga level sebagai berikut :

1. *Basic responsibility* (BR) pada level pertama, menghubungkan tanggungjawab yang pertama dari suatu perusahaan yang muncul karena keberadaan perusahaan tersebut seperti; perusahaan harus membayar pajak, memenuhi hukum, memenuhi standar pekerjaan, dan memuaskan pemegang saham. Bila tanggungjawab pada level ini tidak dipenuhi akan menimbulkan dampak yang sangat serius.
2. *Organization responsibility* (OR) pada level kedua ini menunjukkan tanggungjawab perusahaan untuk memenuhi perubahan kebutuhan *stakeholder* seperti pekerja, pemegang saham, dan masyarakat di sekitarnya.
3. *Societal responses* (SR) pada level ketiga, menunjukkan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan kekuatan lain dalam masyarakat yang demikian kuat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan, terlibat dengan apa yang terjadi dalam lingkungannya secara keseluruhan.

Untuk dapat menentukan ruang lingkup dari tanggungjawab sosial, mengidentifikasi isu-isu yang relevan dan menentukan prioritasnya terhadap tanggungjawab sosial, suatu perusahaan harus dapat mengerti elemen dasar yang terdapat dalam tanggungjawab sosial. Di dalam ISO 26000 dijelaskan tujuh elemen dasar dari praktik CSR yang dapat dilakukan oleh perusahaan yaitu :

1. Accountability—Organizations must be accountable for impact on society, economy, and the environment. Organizations also must accept scrutiny and respond positively to it. Management has to answer to controlling interests and organization must answer to legal authorities. The degree of accountability varies by situation, but corresponds directly to the amount of authority.
2. Transparency—Organizations must be transparent in decisions and actions impacting society and the environment. Information should be readily available and accessible, however, does not pertain to proprietary information.
3. Ethical behavior—Organization's behavior has to be based on honesty, equity, and integrity. It implies a concern for people, animals, and the environment.
4. Respect for stakeholder interests—Besides its owners, members, customers, or constituents, organizations need to consider those that may have rights, claims, or specific interests. These other parties may not be easily known, but must be respected nonetheless.
5. Respect for rule of law—It is mandatory to respect the rule of law. No organization stands above the law. This contrasts with arbitrary exercise of power. Besides compliance, organizations must actively remain aware of applicable laws, even as they change.
6. Respect for international norms of behavior—Must respect these norms while also maintaining a respect for law.

7. Respect for human rights—Must respect and promote the International Bill of Human Rights as this is applicable in all countries, cultures, and situations.

Tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) dapat memberikan berbagai manfaat potensial bagi perusahaan. Dalam ISO 26000 disebutkan manfaat CSR bagi perusahaan yaitu :

1. Mendorong lebih banyak informasi dalam pengambilan keputusan berdasarkan peningkatan pemahaman terhadap ekspektasi masyarakat, peluang jika kita melakukan tanggungjawab sosial (termasuk manajemen risiko hukum yang lebih baik) dan resiko jika tidak bertanggungjawab secara sosial.
2. Meningkatkan praktek pengelolaan resiko dari organisasi. Meningkatkan reputasi organisasi dan menumbuhkan kepercayaan public yang lebih besar.
3. Meningkatkan daya saing organisasi.
4. Meningkatkan hubungan organisasi dengan para *stakeholder* dan kapasitasnya untuk inovasi, melalui paparan perspektif baru dan kontak dengan para *stakeholder*.
5. Meningkatkan loyalitas dan semangat kerja karyawan, meningkatkan keselamatan dan kesehatan baik karyawan laki-laki maupun perempuan dan berdampak positif pada kemampuan organisasi untuk merekrut memotivasi dan mempertahankan karyawan.
6. Memperoleh penghematan terkait dengan peningkatan produktivitas dan efisiensi sumber daya, konsumsi air dan energy yang lebih rendah, mengurangi limbah, dan meningkatkan ketersediaan bahan baku.

7. Meningkatkan keandalan dan keadilan transaksi melalui keterlibatan politik yang bertanggungjawab, persaingan yang adil, dan tidak adanya korupsi.
8. Mencegah atau mengurangu potensi konflik dengan konsumen tentang produk atau jasa.
9. Memberikan kontribusi terhadap kelangsungan jangka panjang organisasi dengan mempromosikan keberlanjutan sumber daya alam dan jasa lingkungan.
10. Kontribusi kepada masyarakat dan untuk memperkuat masyarakat umum dan lembaga.

2.3.3 Konsep *Corporate Social Responsibility* secara *Konvensional*

Menurut Suharto (2006), konsep CSR sebagai sebuah wadah tanggungjawab sosial perusahaan kini semakin diterima dengan luas. Walaupun ada beberapa pihak yang menganggapnya masih kontroversial, dimana mereka beragumen bahwa perusahaan sebagai pencari laba telah membayar sejumlah uang berupa pajak kepada Negara untuk disalurkan kepada public dalam rangka peningkatan kesejahteraan. Sementara, pihak yang berseberangan menyatakan bahwa perusahaan tidak dapat dipisahkan dari individu yang terlibat didalamnya, seperti pemilik dan karyawan. Oleh karena itu, udah bukan saatnya perusahaan hanya memikirkan keuntungan finansial semata, tetapi juga harus memperdulikan hak dan kepentingan publik, khususnya yang berada disekitar perusahaan. Hingga saat ini belum ada definisi tetap atas tanggungjawab sosial, masing-masing pihak memiliki definisi dan interpretasi yang beragam mengenai CSR.

Keragaman ini sesungguhnya merupakan cerminan dari perbedaan latar belakang pola pikir para praktisi yang mendefinisikan CSR, walaupun secara garis besar dapat terlihat bahwa mereka telah memiliki benang merah yang sama. Secara

umum CSR dapat didefinisikan sebagai tanggungjawab yang dilakukan oleh perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis dan memenuhi seluruh aspek ekonomi, sosial dan lingkungan dengan baik demi pembangunan yang berkelanjutan (Wibisono, 2007). Dari sisi filosofi konvensional, terdapat beberapa teori yang melatarbelakangi pelaksanaan CSR dalam perusahaan, yaitu :

1. Teori Kapitalisme Milton Friedman merupakan pendukung teori ini.

Menurut Friedman (1982), apabila perusahaan melakukan aktivitas CSR di luar kepentingan para pemegang sahamnya, maka itu menyalahi tujuan perusahaan. Satu-satunya kewajiban perusahaan dan termasuk CSR didalamnya adalah memberikan kemakmuran kepada pemegang saham. Aktivitas donasi dibolehkan jika dirasa dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan dan bukan sekedar filantropi.

2. Teori Kontrak Sosial, dalam teori ini diyakini bahwa perusahaan hanya dapat berusaha dengan baik jika ia didukung oleh masyarakat sekitarnya (Moir, (2001). Sehingga dalam hal ini perusahaan akan dianggap sebagai institusi sosial yang harus berkontribusi kepada lingkungan sosialnya.

3. Teori Instrumen, menurut teori ini CSR dipandang sebagai alat strategi untuk mencapai tujuan perusahaan. Sehingga menurut teori ini perusahaan dalam melakukan aktivitas CSRnya memiliki tujuan tertentu seperti menciptakan reputasi positif, kehumasan atau manfaat sejenis lainnya (Burke dan Logsdon, 1996).

4. Teori Legitimasi, menurut teori ini, perusahaan akan melakukan aktivitas CSR dikarenakan adanya tekanan sosial, politik dan ekonomi dari luar perusahaan. Sehingga perusahaan akan menyeimbangkan tuntutan tersebut dengan

melakukan apa yang diinginkan oleh masyarakat dan apa yang diharuskan oleh peraturan (Deegan, 2002).

5. **Teori Stakeholder Aktivitas CSR**, menurut teori ini dilakukan untuk mengakomodasi keinginan dan kebutuhan pemangku kepentingan (*stakeholder*) sehingga perusahaan dapat beraktivitas dengan baik dengan seluruh dukungan pemangku kepentingan tersebut (Clarkson, 1995).

2.3.4 Konsep *Corporate Social Responsibility* Dalam Perspektif Akuntansi

Islam

Islam adalah agama yang secara lengkap mengatur seluruh aspek kehidupan manusia dimuka bumi, Siswar dan Hossain (2009) menyatakan bahwa landasan dasar dari agama Islam adalah aqidah (*belief and faith*), ibadah (*workship*), dan akhlaq (*morality and ethcis*). Selain itu, ada prinsip lain sangat mendasar bagi setiap Muslimah yakni tauhid (mengesakan Allah Subhanallahu wa Ta'ala) dalam beribadah dan tidak menyekutukan yang sesuai dengan firman Allah Subhanallahu wa Ta'ala dalam Al-Qur'an Surah Ali Imran Ayat 64 mengenai orang yang berhak menyandang gelar seorang Muslim:

قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ تَعَالَوْا إِلَى كَلِمَةٍ سَوَاءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ أَلَّا نَعْبُدَ إِلَّا اللَّهَ وَلَا نُشْرِكَ بِهِ شَيْئًا وَلَا يَتَّخِذَ بَعْضُنَا بَعْضًا أَرْبَابًا مِّن دُونِ اللَّهِ فَإِن تَوَلَّوْا فَقُولُوا اشْهَدُوا

بِأَنَّا مُسْلِمُونَ ٦٤

Artinya : Katakanlah: "Hai ahli Kitab, Marilah (berpegang) kepada suatu kalimat (ketetapan) yang tidak ada perselisihan antara Kami dan kamu, bahwa tidak kita sembah kecuali Allah dan tidak kita persekutukan Dia dengan sesuatupun dan tidak (pula) sebagian kita menjadikan sebagian yang lain sebagai Tuhan selain Allah". jika mereka berpaling Maka Katakanlah kepada mereka: "Saksikanlah, bahwa Kami adalah orang-orang yang berserah diri (kepada Allah)."

Allah Subhanaahu wa Ta'ala telah menciptakan manusia sebagai sebaik-baiknya makhluk di muka bumi. Sebagai makhluk yang paling sempurna yang *Allah Subhanaahu wa Ta'ala* ciptakan sudah sepatutnya manusia selalu menjalani segala perintah dan menjauhi larangan-nya dimana yang berhubungan dengan hal ini adalah merusak lingkungan. Berdasarkan kerangka syariah dapat dilihat bahwa tauhid merupakan landasan dasar dari ajaran Islam sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya. Pada kerangka tersebut juga menunjukkan konsep etika dalam Islam yang terdiri dari sepuluh konsep antara lain iman (*faith*), taqwa (*piety*), amanah (*trust*), ibadah (*workship*), khalifah (*vicegerent*), ummah (*community*), *akhirah day of reckoning*, *adh (justice)* dan *zulm (tyranny)*, halal (*allowable*) dan haram (*forbidden*), serta *I'tidal (moderation)* dan *israf (extravagance)* (Harahap, 2001).

Menurut konsep etika dalam Islam tersebut terbentuk akuntabilitas dalam perspektif akuntansi Islam yaitu pelaporan tanggungjawab sosial perusahaan sesuai dengan prinsip syariah, dalam ekonomi konvensional, pelaporan tanggungjawab sosial dikenal sebagai perpanjangan dari system pelaporan keuangan yang merefleksikan ekspektasi sosial lebih luas sehubungan dengan peran masyarakat dalam ekonomi atau kegiatan bisnis perusahaan. Terkait dengan hal tersebut, Haniffa (2002) berpendapat bahwa pelaporan tanggungjawab sosial perusahaan pada system konvensional hanya berfokus pada aspek material dan moral. Ia menambahkan bahwa seharusnya aspek spiritual juga dijadikan sebagai focus utama dalam pelaporan tanggungjawab sosial perusahaan mengungkapkan informasi-informasi terbaru secara sukarela guna membantu dalam pemenuhan kebutuhan spiritual mereka. Oleh karena itu, ia memandang bahwa perlu adanya

kerangka khusus untuk pelaporan pertanggungjawaban sosial yang sesuai dengan prinsip Islam.

Kerangka tersebut tidak hanya berguna bagi para pembuat keputusan Muslim, tetapi juga berguna bagi perusahaan Islam dalam memenuhi pertanggungjawabannya terhadap Allah Subhanaahu wa Ta'ala dan masyarakat. Kerangka ini dikenal dengan sebutan *Islamic Social Reporting (ISR)*. *Islamic Social Reporting (ISR)* menggunakan prinsip syariah sebagai landasan dasarnya. Prinsip syariah dalam ISR menghasilkan aspek-aspek material, moral, dan spiritual yang menjadi focus utama dari pelaporan sosial perusahaan. *Islamic Social Reporting (ISR)* merupakan perluasan dari pelaporan sosial yang tidak hanya berupa keinginan besar dari seluruh masyarakat terhadap peranan perusahaan dalam ekonomi melainkan berkaitan dengan perspektif spiritual (Harahap, 2001). ISR lebih menekankan terhadap keadilan sosial dalam pelaporannya selain pelaporan terhadap lingkungan, kepentingan minoritas dan karyawan. Hal ini menyangkut masalah yang berkaitan dengan kesejahteraan masyarakat dalam praktik perdagangan yang tidak merata seperti pendistribusian pendapatan (dikenal sebagai zakat). Faktor penting yang menjadi dasar syariah dalam pembentukan *Islamic Social Reporting (ISR)* adalah Tauhid (Tuhan Yang Esa) *dan tidak menyekutukan-Nya, menyerahkan segala urusan kepada Allah dan tuduk terhadap segala perintahnya, meyakini bahwa kepunyaan Allah-lah Kerajaan langit dan bumi (Qur'an 57:5), dan kemudian kepada-Nya lah kamu dikembalikan (Qur'an 2:28)* (Harahap, 2001). Hal tersebut mengarahkan pandangan seorang muslim untuk mau menerima segala ketentuan yang telah ditetapkan oleh Syariat Islam berdasarkan dua sumber utama yaitu Qur'an dan Hadist. Syariah menjadi dasar dalam setiap aspek kehidupan

seorang muslim dan sangat berpengaruh dalam kemakmuran seluruh umat (masyarakat).

Dalam Al-Qur'an Surah Al-Hadid (57) Ayat 5 Allah SWT berfirman :

لَهُ مَلِكُ السَّمٰوٰتِ وَالْاَرْضِ وَ اِلٰى اللّٰهِ تُرْجَعُ الْاُمُوْرُ ۝

Artinya : "kepunyaan-Nya-lah kerajaan langit dan bumi. dan kepada Allah-lah dikembalikan segala urusan."

Penelitian ini menggunakan kerangka *Islamic Social Reporting* yang ditetapkan oleh AAOIFI dan menjadi referensi penelitian sebelumnya seperti rujukan Haniffa (2002) yang dimodifikasi dengan item-item yang terdapat pada penelitian Othman *et.al* (2009). Berikut kelima dimensi utama pengungkapan dalam *Islamic Social Reporting* yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain :

1. Pendanaan dan Investasi

a) Riba (*interest-free*) riba berasal dari bahasa Arab yang berarti tambahan (*Al-Ziyadah*), berkembang (*An-Nuwuw*), meningkat (*Al-Irtifa*), dan membesar (*Al—'uluw*), (Antonio, 1999) memaparkan mengenai masalah riba sebagai setiap penambahan yang diambil tanpa adanya suatu penyeimbangan atau pengganti (*iwad*) yang dibenarkan syariah. Hal yang dimaksud transaksi pengganti atau penyeimbang yaitu transaksi bisnis atau komersial yang melegitimasi adanya penambahan secara adil, seperti jual beli, sewa menyewa, atau bagi hasil proyek dimana dalam transaksi tersebut ada factor penyeimbang berupa ikhtiar/usaha, resiko, dan biaya. Larangan riba dalam Al-Qur'an QS. Al-Baqarah 278 :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوْا اللّٰهَ وَذَرُوْا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَاۤ اِنَّ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِيْنَ ۚ ۲۷۸

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman

- b) *Gharar* (ketidakpastian) terjadi ketika terdapat *incomplete information* antara kedua belah pihak yang bertansaksi dalam hal kuantitas, kualitas, harga, waktu penyerahan dan akad. Salah satu contoh dari transaksi yang mengandung *gharar* adalah transaksi *lease and purchase* (sewa-beli) karena adanya ketidakpastian dalam akad yang diikrarkan antara kedua pihak.
- c) Zakat merupakan kewajiban bagi seluruh umat Muslim atas harta benda yang dimiliki telah mencapai nisab. Zakat tidaklah sama dengan donasi, sumbangan, dan shadaqah. Zakat memiliki aturan yang jelas mengenai harta yang harus dizakatkan, batasan harta yang terkena zakat, cara perhitungannya, dan siapa saja yang boleh menerima harta zakat sesuai apa yang telah diatur oleh Allah Subhanaahu wa Ta'ala.
- d) Kebijakan atas keterlambatan pembayaran piutang dan penghapusan piutang tak tertagih, Penangguhan atau penghapusan utang harus dilakukan dengan adanya penyelidikan terlebih dahulu kepada pihak debitur terkait ketidakmampuannya utang merupakan suatu bentuk sikap tolong-menolong yang dianjurkan didalam Islam sesuai dengan firman Allah Subhanaahu wa Ta'ala dalam Al-Quran suarh Al-Baqarah ayat 280 berikut :

وَإِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya : “dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran, Maka berilah tangguh sampai Dia berkelapangan. dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui.”

e) Current Value Balance Sheet

Nilai kini dalam neraca akan dijadikan sebagai pedoman untuk menentukan berapa jumlah zakat yang dikeluarkan. Nilai kini dapat diperoleh dari estimasi nilai rata-rata transaksi yang terjadi atau transaksi yang akan terjadi apabila asset tersebut diperjualbelikan oleh perusahaan. Dalam ekonomi Islam, *current value balance sheet* sudah seharusnya dimasukkan sebagai bagian dari persyaratan pelaporan operasi perusahaan (Fitria, 2010). Namun, PSAK Indonesia masih memberlakukan nilai historis atas nilai-nilai akun pada neraca. Salah satu aspek yang masih mengandung nilai historis adalah pengukuran setelah pengakuan asset tidak berwujud. Dalam PSAK No 19 (revisi 2000) disebutkan bahwa entitas hanya dapat menggunakan model harga perolehan dalam mengukur *asset* tidak berwujud. Meskipun, PSAK No.19 (revisi 2009) yang mulai berlaku efektif tahun buku 1 Januari 2011 sudah mengarahkan pada konsep *current value* menyatakan bahwa tiap entitas diberikan kebebasan untuk menggunakan model harga perolehan atau model revaluasi dalam mengukur asset tidak berwujud (Harahap, 2008). Oleh karena itu, klasifikasi *current value balance sheet* tidak relevan untuk dijadikan kriteria dalam pengungkapan penelitian ini.

f) Value Added Statement

Menurut Staden (2000) *value added* adalah nilai yang tercipta dari hasil aktivitas perusahaan dan karyawan-karyawannya. Sedangkan *value added statement* merupakan pernyataan yang melaporkan perhitungan nilai tambah beserta pemanfaatannya oleh para pemangku kepentingan perusahaan. Istilah *value added statement* pada dewasa ini diartikan sebagai pelaporan pertambahan nilai. *Value Added Statement* lebih berkembang di Negara-negara maju dibandingkan dengan

Neraca berkembang seperti Indonesia. Sehingga, dalam penelitian ini istilah *value added statement* lebih merujuk pada pernyataan nilai tambah dalam laporan tahunan perusahaan.

2. Produk dan Jasa

- a) Produk yang ramah lingkungan (*green product*) setiap perusahaan di seluruh dunia diharapkan menghasilkan produk ataupun jasa yang ramah lingkungan sebagai suatu bentuk partisipasi dalam menjaga dan memelihara lingkungan yang kian mengalami kerusakan.
- b) Status kehalalan produk. Pentingnya status kehalalan suatu produk merupakan suatu kewajiban yang harus diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunannya kepada seluruh konsumen Muslim yang notabennya masyarakat Indonesia sebagian besar adalah pemeluk agama Islam. Status kehalalan suatu produk diketahui setelah mendapatkan sertifikat kehalalan produk dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).
- c) Kualitas dan keamanan suatu produk. Setelah produk dinyatakan halal, hal lain yang juga penting untuk perusahaan dalam mengungkapkan produknya adalah mengenai kualitas dan keamanan produk. Produk yang berkualitas dan aman akan meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap suatu perusahaan. Kualitas dan keamanan suatu produk perusahaan dinyatakan dengan adanya ISO 9000:2000 yang merupakan sertifikat manajemen mutu.
- d) Keluhan konsumen/indikator yang tidak terpenuhi dalam peraturan dan ode sukarela (jika ada) item pengungkapan selanjutnya adalah mengenai keluhan konsumen atau pelayanan pelanggan. Suatu perusahaan diharapkan tidak hanya berfokus pada produk yang dihasilkan (*product-oriented*) melainkan

memberikan pelayanan terhadap konsumen yang memuaskan (*consumer-oriented*) dengan menyediakan pusat layanan keluhan konsumen setelah proses jual beli.

3. Karyawan

(Haniffa (2002) dan Othman dan Thani (2010) dalam Fitria (2010)) memaparkan bahwa masyarakat Islam ingin mengetahui apakah karyawan-karyawan perusahaan telah diperlakukan secara adil dan wajar melalui informasi-informasi yang diungkapkan, seperti upah, karakteristik pekerjaan, jam kerja perhari, libur tahunan, jaminan kesehatan dan kesejahteraan, kebijakan terkait waktu dan tempat ibadah, pendidikan dan pelatihan, kesetaraan hak, dan lingkungan kerja.

4. Masyarakat

Item-item pengungkapan dalam tema masyarakat yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sodaqoh*/donasi, *wakaf*, *qard Hassan*, sukarelawan dari pihak karyawan, pemberi beasiswa, pemberdayaan kerja bagi siswa yang lulus sekolah/kuliah berupa magang atau praktik kerja lapangan, pengembangan dalam kepemudaan, peningkatan kualitas hidup masyarakat kelas bawah, kepedulian terhadap anak-anak, kegiatan amal/bantuan/kegiatan sosial lain dan mensponsori berbagai macam kegiatan seperti kesehatan, hiburan, olahraga, budaya, pendidikan dan gama. Menurut (Harahap, 2008) menerangkan bahwa konsep dasar yang mendasari tema ini adalah *ummah*, amanah, dan *adl*.

Konsep tersebut menekankan pada pentingnya saling berbagi dan meringankan beban orang lain dengan hal-hal yang telah disebutkan pada item-item pengungkapan diatas. Perusahaan memberikan bantuan dan kontribusi

kepada masyarakat dengan tujuan semata-mata untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan membantu menyelesaikan permasalahan sosial di masyarakat seperti membantu memberantas buta aksara, memberikan beasiswa, dan lain-lain (Otman dan Thani, 2010).

5. Lingkungan

Haniffa (2002) menegaskan bahwa penting bagi seluruh makhluk hidup untuk melindungi sekitarnya. Konsep yang mendasari tema lingkungan dalam penelitian ini adalah *mizan*, *I'tidal*, *khalifah*, dan *akhirah*. Konsep tersebut menekankan pada prinsip keseimbangan, kesederhanaan, dan tanggungjawab dalam menjaga lingkungan. Oleh karena itu, informasi-informasi yang berhubungan dengan penggunaan sumber daya dan program-program yang digunakan untuk melindungi lingkungan harus diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini sesuai dengan firman Allah Subhanaahu wa Ta'ala dalam Al-Qur'an surah Ar-Rum (30) Ayat 41 berikut :

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي
عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ ٤١

Artinya : “telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar).”

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa item pengungkapan yang berhubungan dengan tema lingkungan ini antara lain: konversi lingkungan, perlindungan terhadap margasatwa, kegiatan mangurangi efek pemanasan global dengan meminimalisasi polusi, pengelolaan limbah, pengelolaan air bersih, dan lain-lain, pendidikan mengenai lingkungan, pemanfaatan limbah sekitar perusahaan yang diolah kembali menjadi suatu produk baru, pernyataan

verifikasi independen atau audit lingkungan, dan system manajemen lingkungan.

Islam sebagai cara hidup memberikan panduan bagi umatnya untuk beradaptasi dan berkembang sesuai dengan jamannya. Islam memungkinkan umatnya untuk berinovasi dalam muamalah, namun tidak dalam akidah, ibadah dan akhlaq (Komar, 2004). Lembaga yang menjalankan bisnisnya berdasarkan syariah pada hakekatnya mendasarkan pada filosofi dasar Al-Qur'an dan Sunnah. Sehingga hal ini menjadikan dasar bagi pelakunya dalam berinteraksi dengan lingkungan dan sesamanya. Oleh karenanya ikatan hubungan antara institusi dengan lingkungannya dalam konsep syariah akan lebih kuat ketimbang dalam konsep konvensional, karena pada syariah didasarkan pada dasar-dasar religious. Dalam Islam manusia bertanggungjawab terhadap Allah dalam melaksanakan aktivitasnya dan segenap aktivitas dijalankan untuk mencapai RidhoNya (Fitria, 2010). Sehingga hubungan dan tanggungjawab antara manusia dengan Allah ini akan melahirkan kontrak religious (*divine contract*) yang lebih kuat dan bukan sekedar kontrak sosial belakang.

Selanjutnya konsep CSR yang dipraktekkan oleh industry company harus tetap mengacu pada konsep muamalah dan konsep syariah. Adapun konsep muamalah lebih mudah dipahami karena pada dasarnya ajaran Islam tentang muamalah membolehkan pemeluknya untuk melakukan seluruh aktivitas kecuali terhadap hal-hal yang di larang dan kurang dianjurkan. Terhadap berbagai hal yang dilarang telah diatur dalam bahasan syariah dan terhadap berbagai hal yang kurang dianjurkan telah diatur konsep akhlakul karimah (etika dan moral).

6. *Welbeing*

Dimensi *Welbeing* dalam perspective akuntansi Islam adalah dimensi pertanggungjawaban secara *holistic* dari perusahaan sebagai entitas dan telah difatwakan oleh Majelis Ulama dalam pelaksanaan ekonomi syariah sebagai pihak yang “mukallaf” secara ijtihadi. Sebagai pihak yang Mukallaf Perusahaan memiliki tanggungjawab sosial selain kepada seluruh *stakeholder* dalam hubungan muamalah *vertical* kepada Tuhan yang diwakili oleh kepentingan bersama dalam rangka mencapai “falah” sebagai tujuan maqhosidus Syariah. Tujuan bersama untuk mencapai falah tersebut diterjemahkan kedalam penyempurnaan berbagai dimensi dan indikator pengukuran keterbukaan dan pengungkapan informasi tanggungjawab sosial (CSR) yang utamanya 3 (tiga) dimensi pertama (*triple bottom line*) dan dimensi keempat “*welbeing*” yang belakangan dikembangkan oleh Alan Atkisson tetapi hanya berorientasi pada lingkungan internal perusahaan yaitu kesejahteraan bagi para pekerja menjadi *welbieng* yang lebih komprehensif kepada semua *stakeholder* dan berorientasi kepada maksimal untuk mencapai “*al-falah*” (Harahap, 2008).

Sejalan dengan makin meningkatnya pelaksanaan CSR dalam konteks Islam, maka makin meningkat pula keinginan untuk membuat pelaporan sosial yang bersifat syariah (*Islamic Social Reporting* atau ISR). Ada dua hal yang harus diungkapkan dalam perspektif Islam, yaitu: pengungkapan penuh (*full disclosure*) dan akuntabilitas sosial (*social accountability*).

Konsep akuntabilitas sosial terkait dengan prinsip pengungkapan penuh dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan public akan suatu informasi. Dalam konteks Islam, masyarakat mempunyai hak untuk mengetahui berbagai informasi mengenai aktivitas organisasi. Hal ini dilakukan untuk melihat apakah

perusahaan tetap melakukan kegiatannya sesuai syariah dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Baydoun dan Willet,1997). Hanya saja ketiadaan standar CSR secara syariah menjadikan pelaporan CSR perusahaan syariah menjadi tidak seragam dan standar. Standar yang dikeluarkan oleh AAOFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*) tidak dapat dijadikan sebagai suatu standar pengungkapan CSR karena tidak menyebutkan keseluruhan item-item terkait CSR yang harus diungkapkan suatu perusahaan.

Othman, Thani dan Ghani (2009) melakukan penelitian mengenai praktek pelaporan CSR perusahaan syariah yang *listed* di bursa Malaysia, dan hasilnya memperlihatkan bahwa kebanyakan masih pada tahap konseptual. Hal ini dikarenakan belum adanya standar yang bisa di adopsi perusahaan dalam penerapan CSR syariah tersebut. Penelitian dalam ranah CSR syariah umumnya menggunakan model indeks *Islamic Social Reporting* yang dikembangkan dengan dasar dari standar pelaporan berdasarkan AAOIFI yang kemudian dikembangkan oleh masing-masing penelitian berikutnya (Hanifa, 2002; Sulaiman, 2005; Othman *et al*,2009; Fitria, 2010). Secara khusus indeks ISR adalah perluasan dari *social reporting* yang meliputi harapan masyarakat tidak hanya mengenai peran perusahaan dalam perekonomian, tetapi juga peran perusahaan dalam perspektif spiritual (Haniffa, 2002). Selain itu, indeks ISR juga menekankan pada keadilan sosial terkait pelaporan mengenai lingkungan, hak minoritas, dan karyawan.

a. Paradigma Transaksi Syariah

Transaksi syariah berlandaskan pada paradigm dasar bahwa alam semesta dicipta oleh Tuhan sebagai amanah (kepercayaan ilahi) dan sarana kebahagiaan

hidup bagi seluruh umat manusia untuk mencapai kesejahteraan hakiki secara material dan spiritual (*al-falah*). Paradigm dasar ini menekankan setiap aktivitas umat manusia memiliki akuntabilitas dan nilai *illahiah* yang menempatkan perangkat syariah dan akhlak sebagai parameter baik dan buruk, benar dan salahnya aktivitas karakter tata kelola yang baik (*good governance*) dan disiplin pasar (*market discipline*) yang baik.

Syariah merupakan ketentuan hukum Islam yang mengatur aktivitas umat manusia yang berisi perintah dan larangan, baik yang menyangkut hubungan interaksi vertical dengan Tuhan maupun interaksi horizontal dengan sesama makhluk. Prinsip syariah yang berlaku umum dalam kegiatan muamalah (transaksi syariah) mengikat secara hukum bagi semua pelaku dan norma dan etika yang berisi nilai-nilai moral dalam interaksi sesama makhluk agar hubungan tersebut menjadi saling menguntungkan, sinergis dan harmonis (PSAK, 100).

b. Asas Transaksi Syariah

PSAK,100 merumuskan bahwa transaksi syariah berdasarkan pada prinsip:

- 1) Persaudaraan (*ukhuwah*);
- 2) Keadilan (*'adalah*);
- 3) Kemaslahatan (*maslahah*);
- 4) Keseimbangan (*tawazun*); dan
- 5) Universalisme (*syumuliyah*)

Prinsip persaudaraan (*ukhuwah*) esensinya merupakan nilai universal yang menata interaksi sosial dan harmonisasi kepentingan para pihak untuk kemanfaatan secara umum dengan semangat saling tolong menolong. Transaksi syariah

menjunjung tinggi nilai kebersamaan dalam memperoleh manfaat (*sharing economics*) sehingga seseorang tidak boleh mendapat keuntungan di atas kerugian orang lain. Ukhuwah dalam transaksi syariah berdasarkan prinsip saling mengenal (*ta'aruf*), saling memahami (*tafahum*), saling menolong (*ta'awun*), saling menjamin (*takaful*), saling bersinergi dan beraliansi (*tahaluf*).

Prinsip keadilan (*'adalah*) esensinya menempatkan sesuatu hanya pada tempatnya dan memberikan sesuatu hanya pada yang berhak serta memperlakukan sesuatu sesuai posisinya, Implementasi keadilan dalam kegiatan usaha berupa aturan prinsip muamalah yang melarang adanya unsur:

- a) Riba (unsur bunga dalam segala bentuk dan jenisnya, baik riba *nasiah* maupun *fadhli*);
- b) Kezaliman (unsur yang merugikan diri sendiri, orang lain, maupun lingkungan);
- c) *Maysir* (unsur judi dan sikap spekulatif);
- d) *Gharar* (unsur ketidakjelasan); dan
- e) Haram (unsur haram baik dalam barang maupun jasa serta aktivitas operasional yang terikat).

Esensi riba adalah setiap tambahan pada pokok piutang yang dipersyaratkan dalam transaksi pinjam-meminjam serta derivasinya dan transaksi tidak tunai lainnya, dan setiap tambahan yang dipersyaratkan dalam transaksi pertukaran antar barang-barang *ribawi* termasuk pertukaran uang (*money exchange*) yang sejenis secara tunai maupun tangguh dan yang tidak sejenis secara tidak tunai. Esensi kezaliman (*dzulm*) adalah menempatkan sesuatu tidak pada tempatnya, memberikan sesuatu yang bukan haknya dan memperlakukan sesuatu tidak sesuai

posisinya. Kezaliman dapat menimbulkan kemudharatan bagi masyarakat secara keseluruhan, bukan hanya sebagian; atau membawa meduharatan bagi salah satu pihak atau pihak-pihak yang melakukan transaksi. Esensi *maysir* adalah setiap transaksi yang bersifat spekulatif dan tidak berkaitan dengan produktivitas serta bersifat perjudian (*gambling*).

Esensi *gharar* adalah setiap transaksi yang berpotensi merugikan salah satu pihak karena mengandung unsur ketidaksengajaan, manipulasi dan eksploitasi informasi serta tidak adanya kepastian pelaksanaan akad. Bentuk-bentuk *gharar* antara lain :

- 1) Tidak adanya kepastian penjual untuk menyerahkan obyek akad pada waktu terjadi akad, baik obyek akad sudah ada mapu belum ada;
- 2) Menjual sesuatu yang belum berada di bawah penguasaan penjual;
- 3) Tidak adanya kepastian kriteria kualitas dan kuantitas barang/jasa;
- 4) Tidak adanya kepastian jumlah harga yang harus dibayar dan alat pembayaran;
- 5) Tidak adanya ketegasan jenis dan obyek akad;
- 6) Kondisi obyek akad tidak dapat dijamin kesesuaiannya dengan yang ditentukan dalam transaksi;
- 7) Adanya unsur eksploitasi salah satu pihak karena informasi yang kurang atau dimanipulasi dan ketidaktahuan atau ketidak pahaman yang ditransaksikan.

Esensi haram adalah segala unsur yang dilarang secara tegas dalam Al-Qur'an dan As Sunnah. Adapun prinsip kemaslahatan (*mashlahah*) enensinya merupakan segala bentuk kebaikan dan manfaat yang berdimensi duaniawi dan ukhrawi, material dan spiritual, serta individual dan kolektif. Kemaslahatan yang diakui harus memenuhi dua unsure yakni kepatuhan syariah (*halal*) serta bermanfaat dan

membawa kebaikan (*thayib*) dalam semua aspek secara keseluruhan yang tidak menimbulkan kemudhratan. Transaksi syariah yang dianggap bermaslahat harus memenuhi secara keseluruhan unsur-unsur yang menjadi tujuan ketetapan syariah (*masqasid syariah*) yaitu berupa pemeliharaan terhadap :

- 1) Akidah, Keimanan dan Ketakwaan (*dien*);
- 2) Intelek (*'aql*);
- 3) Keturunan (*nasl*);
- 4) Jiwa dan keselamatan (*nafs*); dan
- 5) Harta benda (*mal*).

Prinsip keseimbangan (*tawazun*) esensinya meliputi keseimbangan aspek material dan spiritual, aspek privat dan publik, sektor keuangan dan sektor riil, bisnis dan sosial, dan keseimbangan aspek pemanfaatan dan pelestarian. Transaksi syariah tidak hanya menekankan pada maksimalisasi keuntungan perusahaan semata untuk kepentingan pemilik (*shareholder*). Sehingga manfaat yang didapatkan tidak hanya difokuskan pada pemegang saham, akan tetapi pada semua pihak yang dapat merasakan manfaat adanya suatu kegiatan ekonomi. Prinsip universalisme (*syumuliyah*) esensinya dapat dilakukan oleh, dengan, dan untuk semua pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) tanpa membedakan suku, agama, ras dan golongan, sesuai dengan semangat kerahmatan semesta (*rahmatan lil alamin*).

Transaksi syariah terikat dengan nilai-nilai etis meliputi aktivitas sektor keuangan dan sektor riil yang dilakukan secara koheren tanpa dikotomi sehingga keberadaan dan nilai uang merupakan cerninan aktivitas investasi dan perdagangan.

c. Karakteristik Transaksi Syariah

PSAK 100 tentang kerangka dasar dan pedoman penusunan laporan keuangan syariah juga mendefinisikan tentang karakteristik dari transaksi syariah. Implementasi transaksi yang sesuai dengan paradigm dan azas transaksi syariah harus memenuhi karakteristik dan persyaratan sebagai berikut:

1. Transaksi hanya dilakukan berdasarkan prinsip saling paham dan saling ridha;
2. Prinsip kebebasan bertransaksi diakui sepanjang objeknya halal dan baik (*thayib*);
3. Uang hanya berfungsi sebagai alat tukar dan satuan pengukur nilai, bukan sebagai komoditas;
4. Tidak mengandung unsur riba;
5. Tidak mengandung unsur kezaliman;
6. Tidak mengandung unsur *masyir*;
7. Tidak mengandung unsur *gharar*;
8. Tidak mengandung unsur haram;
9. Tidak menganut prinsip nilai waktu dari uang (*time value of money*) karena keuntungan yang didapat dalam kegiatan usaha terkait dengan risiko yang melekat pada kegiatan usaha tersebut sesuai dengan prinsip *al-ghunmu bil ghurmi* (*no gain without accompanying risk*);
10. Transaksi dilakukan berdasarkan suatu perjanjian yang jelas dan benar serta untuk keuntungan semua pihak tanpa merugikan pihak lain sehingga tidak diperkenankan menggunakan standar ganda harga untuk satu akad serta tidak menggunakan dua transaksi bersamaan yang berkaitan (*ta'alluq.*)

dalam satu akad;

11. Tidak ada distorsi harga melalui rekayasa permintaan (*najasy*), maupun melalui rekayasa penawaran (*ihhtikar*); dan
12. Tidak mengandung unsur kolusi dengan suap menyuap (*risywah*).

Transaksi syariah dapat berupa aktivitas bisnis yang bersifat komersial maupun aktivitas sosial yang bersifat nonkomersial. Transaksi syariah komersial dilakukan antara lain berupa: investasi untuk mendapatkan bagi hasil; jual beli barang untuk mendapatkan laba; dan atau pemberian layanan jasa untuk mendapatkan imbalan. Transaksi syariah nonkomersial dilakukan antara lain berupa: pemberian dana pinjaman atau talangan (*qardh*); penghimpunan dan penyaluran dana sosial seperti zakat, infak, sedekah, wakaf dan hibah.

2.3.5 Perkembangan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia

Saidi dan Abidin (2004) mengatakan bahwa sedikitnya ada empat model atau pola penerapan CSR yang biasanya diterapkan oleh perusahaan di Indonesia, yaitu: (1) Keterlibatan langsung, (2) Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan, (3) Bermitra dengan pihak lain dan terakhir (4) Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium. Hasil survei penelitian yang dilakukan oleh mereka menunjukkan bahwa model yang paling banyak digunakan perusahaan sebagai suatu sarana penerapan CSR adalah dengan bermitra dengan pihak lain atau lembaga sosial. Hal ini terbukti dari total 279 kegiatan penerapan CSR yang sedang dilakukan perusahaan, 144 kegiatan diantaranya (51,6%) dilakukan melalui bermitra dengan lembaga sosial dengan total dana teralokasi sebesar 79 miliar rupiah.

Dapat dikatakan secara umum perkembangan CSR di Indonesia telah

mengalami peningkatan baik dalam kuantitas maupun kualitas dibandingkan dari tahun-tahun sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh PIRAC pada tahun 2001 menunjukkan bahwa dana CSR mencapai lebih dari 115 miliar rupiah dari 180 perusahaan yang disalurkan untuk 279 kegiatan sosial (Suharto, 2006). Angka rata-rata perusahaan yang menyumbangkan dana bagi kegiatan CSR adalah sekitar 640 juta rupiah. Tetapi berdasarkan survei yang dilakukan oleh Kementerian Negara Lingkungan Hidup dinyatakan bahwa sampai tahun 2006 belum ada 2% dari seluruh perusahaan kelas menengah dan besar di Indonesia yang menerapkan CSR secara berkesinambungan. Sebagai perbandingan, pada tahun 2000 Amerika Serikat mempunyai dana CSR yang mencapai 2.030 triliun rupiah [Saidi dan Abidin (2004)]. Hal ini mengindikasikan masih rendahnya kesadaran perusahaan dalam penerapan CSR.

2.3.6 Standar Pengungkapan Informasi Sosial dan Lingkungan di Indonesia

Pada tahun 2003 dikeluarkan UU No19/2003 tentang BUMN. Pada tahun ini konsep CSR dimaknai sebagai sebuah usaha untuk peningkatan pelaku usaha kecil menengah. Sejumlah keputusan menteri memperjelas teknik pelaksanaan dan UU ini. Keputusan Menteri BUMN No Kep-2361MBU/2003 melahirkan istilah Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang diperkuat dengan surat edaran Menteri BUMN No SE-4331MBU/2003 yang mensyaratkan agar BUMN memiliki unit tersendiri untuk mengawal pelaksanaan PKBL. Selain itu Pemerintah menganjurkan praktik tanggungjawab jawab sosial (*social responsibility*) sebagaimana dimuat Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Bab IV pasal 66 ayat 2b dan Bab V pasal 74. Menteri Badan Usaha Milik Negara lewat keputusan Nomor. KEP-04 IMBU/2007 yang merupakan

penyempumaan dari surat Keputusan Menteri BUMN Nomor 236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan memberikan arahan secara lebih operasional tentang praktik tanggungjawab sosial (*social responsibility*) (Fitria, 2010).

Dalam praktiknya, banyak perusahaan di Indonesia yang saat ini telah mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan. Namun, dilain pihak masih banyak juga yang belum mengungkapkannya karena Bappepam sebagai organisasi pengawas pasar modal dan IAPI (Ikatan Akuntan Publik Indonesia) sebagai badan profesi Akuntansi di Indonesia Belum sepenuhnya mewajibkan pengungkapan informasi sosial dan lingkungan tersebut.

2.3.7 Media Pengungkapan Informasi Sosial Lingkungan

Anggraini (2006) mengatakan bahwa penggunaan *annual report* untuk tujuan melegitimasi aktivitas perusahaan telah diteliti diantaranya oleh Salanick dan Meindl (1994); Amemic (1992); Dyball (1998), O'Donovan (2002). Selain itu banyak penelitian yang menggunakan *annual report* sebagai satu-satunya sumber untuk mendapatkan data dalam pengungkapan informasi sosial dan lingkungan (Branco dan Rodrigues, 2006). Ada beberapa alasan untuk fokus pada pengungkapan yang dibuat dalam *annual report*.

Pertama, *annual report* adalah alat komunikasi perusahaan yang utama mewakili perusahaan yang digunakan secara luas. Beberapa penulis menganggap bahwa kemungkinan *annual report* adalah dokumen yang paling penting untuk perusahaan membentuk gambaran sosial perusahaannya terhadap seluruh *stakeholder* (Gray, et al. 1995b).

Kedua kedekatan (*proximity*) materi naratif dalam *annual report* terhadap

laporan keuangan yang diaudit dan fakta bahwa auditor harus membaca materi tersebut memberi derajat kredibilitas bagi *annual report* yang tidak dapat dimiliki oleh media lain. Walaupun *annual report* merupakan sumber data yang paling penting tentang perusahaan, penggunaan *annual report* sebagai satu-satunya sumber untuk mendapatkan data dalam pengungkapan informasi sosial dan lingkungan dikritik karena mengesampingkan bentuk-bentuk komunikasi yang lain. (Komar, (2004). Media dan sumber informasi untuk mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan bukan hanya dari *annual report* saja namun wawancara, pengamatan langsung, dan dokumen-dokumen perusahaan lainnya. Anggraini, (2006) dalam penelitiannya menggunakan media yang meliputi: narasi dalam *annual report*; *booklet* atau *leaflet* yang diproduksi untuk menjelaskan aktivitas sosial. perusahaan, iklan atau artikel yang dipublikasikan yang menjelaskan aktivitas perusahaan. Dalam sumber informasi yang digunakan, penelitian ini juga menggunakan kombinasi media-media tersebut.

Belkoui and Karpik (1989), Alexander and Bucholz (1978), Bragdon and Marlin (1972), Kedia and Kuntz (1981), Freedman and Jaggi (1985), Anderson and Frankie (1980) dalam Fitria, (2010), menunjukkan bahwa untuk menentukan cakupan informasi pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan, dapat digunakan dalam beberapa bentuk, (1) jumlah halaman; (2) jumlah kata yang menginduksi; serta (3) jumlah kalimat yang mengindikasikan keberpihakan sosial.

Gray *et al.* (1995) mengklasifikasikan pengungkapan sosial perusahaan dilihat dari bentuk, muatan dan dampak dari pengungkapan sosial yang dibuat perusahaan, klasifikasi tersebut antara lain :

1. *Financial statement disclosure*

Merupakan informasi yang bersifat kuantitatif dalam laporan keuangan perusahaan termasuk didalamnya adalah catatan atas laporan keuangan.

2. *Quantifiable, non-financial statement disclosure*

Merupakan informasi dalam laporan tahunan perusahaan yang mencerminkan isu-isu sosial (*social issues*) dalam bentuk kuantitatif selain yang tercermin dalam elemen laporan keuangan.

3. *Descriptive social disclosure*

Merupakan informasi yang berbentuk naratif, biasanya tercermin dalam *body Of the annual report*.

4. *"Negative news" disclosure*

Pengungkapan (informasi) perusahaan yang merepresentasikan tentang pengaruh potensial negatif (membahayakan dan merusak) terhadap reputasi perusahaan, seperti konsekuensi sosial yang bersifat negatif.

5. *"Neutral" news disclosure*

Merupakan pengungkapan sosial perusahaan yang memiliki nilai kemungkinan berpengaruh negatif atau positif terhadap pertanggungjawab sosial perusahaan (*social responsibility*).

6. *"Good" news disclosure*

Merupakan pengungkapan sosial perusahaan yang memiliki perspektif positif terhadap reputasi sosial perusahaan dalam bentuk upaya menjaga kesehatan dan perlindungan penggunaan produk terhadap konsumen.

7. *Total social disclosure*

Merupakan pengungkapan yang mencerminkan keseluruhan keenam elemen

tersebut diatas. Umumnya, total *social disclosure* termuat dalam *annual report*.

2.3.8 Tren Pelaporan CSR di Dunia dan di Indonesia

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Global Reporting Initiative (2008) terdapat peningkatan yang signifikan atas jumlah perusahaan yang membuat laporan CSR yang dikenal sebagai laporan keberlanjutan (Sustainability Reporting), yaitu dari sekitar 300 ditahun 1996 menjadi 3.100 ditahun 2008. Selain itu survey tersebut juga memperlihatkan bahwa pelaporan CSR tersebut kebanyakan dilakukan sebagai pelaporan yang bersifat sukarela dan bukan bersifat wajib. Oleh karenanya bentuk dan format sustainability reporting sangat bervariasi sesuai dengan kebutuhan organisasi, Hal ini menjadi wajar mengingat banyaknya organisasi internasional yang telah memberikan panduan untuk menyajikan pelaporan CSR seperti : *Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Guidelines* (diterbitkan oleh *Global Reporting Initiative (GRI)*), *Organization for Economic Cooperation and Development guidelines for multinational enterprise* (diterbitkan oleh *Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)*), *Social Accountability 8000* (diterbitkan oleh *Social Accountability International*), auditing and assurance process (ditebitkan oleh *Accountability*, sebuah organisasi *membership internasional*), Sistem manajemen lingkungan (ISO 14001, EMAS), *Global Compact* dan *United Nation Norms*, (diterbitkan oleh *United Nations*), serta *Greenhouse Gas Protocol* (diterbitkan oleh *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* dan *World Resources Institute*).

Di antara berbagai *reporting standards* tersebut GRI 03 *Sustainability*

Reporting Guidelines adalah standar pelaporan yang diterima secara umum dan paling banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan di dunia. Di Indonesia, CSR merupakan konsep yang paling banyak diterapkan dalam tataran strategis perusahaan-perusahaan di Indonesia dan masyarakat merasa perlu agar perusahaan melakukan aktivitas CSR (Fitria, 2010). Penelitian empiris juga memperlihatkan bahwa terjadi peningkatan pengungkapan sosial dalam laporan keuangan tahunan perusahaan Indonesia (Harahap, 2008). Dan semakin banyaknya perusahaan di Indonesia yang mempergunakan standar *Global Reporting Initiative* dalam melakukan pelaporan CSR (Darmawati, 2008).

2.4 Mekanisme *Good Corporate Governance*

KNKG (Komite Nasional Kebijakan Governance) mendefinisikan konsep *Corporate Governance* sebagai serangkaian mekanisme untuk mengarahkan dan mengendalikan suatu perusahaan agar operasional perusahaan berjalan sesuai dengan harapan para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Lebih lanjut KNKG menjabarkan pengertian mengenai *Corporate Governance* yang baik sebagai struktur, sistem, dan proses yang digunakan oleh organ-organ perusahaan sebagai upaya untuk memberikan nilai tambah perusahaan secara berkesinambungan dalam jangka panjang. Definisi tersebut mengandung kesimpulan bahwa *Corporate Governance* merupakan serangkaian mekanisme, yang mana mekanisme tersebut terdiri dari struktur, sistem dan proses yang digunakan oleh organ-organ dalam perusahaan untuk mengarahkan dan mengendalikan operasional perusahaan agar berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan.

Corporate governance merupakan faktor fundamental untuk meningkatkan

kinerja perusahaan secara *sustainable* (Guler Aras, 2008 & 2011). Kinerja perusahaan dapat diukur salah satunya dari kinerja keuangannya. Penerapan GCG juga mampu membantu perusahaan untuk mengelola dengan baik kinerja keuangan suatu perusahaan agar mencapai tujuan keberhasilan dari segala aktivitas-aktivitas yang sudah dilalui selama satu periode (Ainurrofiq 2016). Kinerja keuangan menjadi penting karena menjadi tolak ukur investor dalam keputusannya berinvestasi dalam suatu perusahaan (Sernbiring, 2005). Kinerja keuangan dapat dilihat lebih lanjut dari keputusan investasi, struktur modal perusahaan, dan area investasi yang dimasuki seperti hampir semua perusahaan.

Mekanisme penerapan *good corporate governance* baik pada pendekatan system dan strukturnya diilhami oleh *agency theory* yang dikembangkan oleh Jensen dan Meckling (1976) bahwa hubungan keagenan adalah sebuah kontrak antara manajer (agen) dengan investor (pemilik). Berangkat dari pemikiran ini, penulis menitik beratkan bahwa mekanisme pengawasan pada manajer perusahaan (agen) adalah melalui serangkaian pengawasan melalui keefektifan dan fungsi dewan yang ada di perusahaan baik dewan komisaris dan komite-komite yang dibentuk dalam rangka fungsi pengawasan tersebut seperti adanya komite audit, komite remunerasi, dan komite manajemen resiko. Selain itu hubungan antar pemilik perusahaan akan mempengaruhi kinerja perusahaan seperti proporsi kepemilikan publik, kepemilikan asing, kepemilikan saham oleh karyawan dan pemegang saham minoritas lainnya.

Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI) mendefinisikan corporate Governance sebagai berikut;

"Seperangkat peraturan yang mendefinisikan hubungan antara pemegang

saham, manajer, kreditor, pemerintah, karyawan dan stakeholder internal dan eksternal lainnya sehubungan dengan hak dan tanggung jawab, atau sistem dimana perusahaan diarahkan dan dikendalikan. (Diambil dari Cadbury Komite Inggris). Tujuan dari Corporate Governance adalah untuk menciptakan nilai tambah kepada para pemangku kepentingan."

Harahap, (2008) menyatakan bahwa *Corporate Governance* merupakan suatu konsepsi yang secara riil dijabarkan dalam bentuk ketentuan/peraturan yang dibuat oleh lembaga otoritas, norma-norma dan etika yang dikembangkan oleh asosiasi industri dan diadopsi oleh pelaku industri, serta lembaga-lembaga yang terkait dengan tugas dan peran yang jelas untuk mendorong disiplin, mengatasi dampak moral hazard, dan melaksanakan fungsi check and balance. Berdasarkan SK Menteri BUMN No. 117/M-MBU/2002, Corporate Governance adalah suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memerhatikan pemangku kepentingan (stakeholder) lainnya, berlandaskan peraturan perundangan dan nilai-nilai etika, *Organization for Economic Corporation and Development (OECD)* dalam mendefinisikan *Good Corporate Governance* sebagai berikut:

"Good Corporate Governance adalah sistem yang dipergunakan untuk mengarahkan dan mengendalikan kegiatan perusahaan. Corporate Governance mengatur pembagian tugas hak dan kewajiban mereka yang berkepentingan terhadap kehidupan perusahaan termasuk para pemegang saham, dewan pengurus, para manajer, dan semua anggota stakeholder non pemegang saham".

Bank Dunia mendefinisikan;

"Good Corporate Governance sebagai kumpulan hukum, peraturan, dan kaidah-kaidah yang wajib dipenuhi, yang dapat mendorong kinerja sumber-sumber perusahaan untuk berfungsi secara efisien guna menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang yang berkesinambungan bagi para pemegang saham maupun masyarakat sekitar secara keseluruhan" (Effendi, 2009: 1-2).

Center for European Policy Study (CEPS) memformulasikan Good Corporate Governance sebagai seluruh sistem yang dibentuk mulai dari hak (right), proses, dan pengendalian, baik yang ada di dalam maupun di luar manajemen perusahaan (Sutedi, 2011 : 1).

Effendi (2009 : 2) mendefinisikan GCG sebagai seperangkat sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah (value added) bagi para pemangku kepentingan, Good Corporate Governance, yang selanjutnya disebut GCG, adalah suatu tata kelola entitas industri yang menerapkan prinsip-prinsip keterbukaan (transparency), akuntabilitas (accountability), pertanggungjawaban (responsibility), profesional (professional), dan kewajaran (fairness)..

Dari berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa Good Corporate Governance merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan guna menciptakan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan perusahaan dan masyarakat sekitar (Kay dalam Sutedi, 2011).

Unsur-unsur *Corporate Governance* berasal dari dalam perusahaan dan dari luar perusahaan. Unsur-unsur tersebut akan menjamin berfungsinya Good Corporate Governance (Sutedi, 2011: 41). Sutedi (2011: 42) menyatakan bahwa unsur-unsur yang berasal dari dalam perusahaan dan unsur yang selalu diperlukan dalam perusahaan disebut Corporate Governance-Internal Perusahaan. Unsur-unsur yang berasal dari dalam perusahaan adalah:

1. pemegang saham;
2. direksi;

3. dewan komisaris;
4. manajer;
5. karyawan/serikat pekerja;
6. sistem remunerasi berbasis kinerja;
7. komite audit

Sedangkan unsur-unsur yang selalu diperlukan dalam perusahaan antara lain:

- 1) keterbukaan dan kerahasiaan, 2) transparansi, 3) accountability, 4) fairness dan
- 5) aturan dari code of conduct.

Lebih lanjut Sutedi (2011: 42) menyatakan bahwa unsur yang berasal dari luar perusahaan dan unsur yang selalu diperlukan di luar perusahaan disebut Corporate Governance-Eksternal Perusahaan. Unsur yang berasal dari luar perusahaan adalah:

1. kecukupan undang-undang dan perangkat hukum;
2. investor;
3. institusi penyedia informasi;
4. akuntan publik; institusi yang memihak kepentingan publik, bukan golongan;
5. pemberi pinjaman;
6. lembaga yang mengesahkan legalitas.

Unsur yang selalu diperlukan di luar perusahaan meliputi: 1) aturan dari code of conduct, 2) fairness, 3) accountability dan 4) jaminan hukum.

2.4.1 Tinjauan *Good Corporate Governance*

KNKG (Komite Nasional Kebijakan Governance) mendefinisikan konsep *Corporate Governance* sebagai serangkaian mekanisme untuk mengarahkan dan

mengendalikan suatu perusahaan agar operasional perusahaan berjalan sesuai dengan harapan para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Lebih lanjut KNKG menjabarkan pengertian mengenai *Corporate Governance* yang baik sebagai struktur, sistem, dan proses yang digunakan oleh organ-organ perusahaan sebagai upaya untuk memberikan nilai tambah perusahaan secara berkesinambungan dalam jangka panjang. Definisi tersebut mengandung kesimpulan bahwa *Corporate Governance* merupakan serangkaian mekanisme, yang mana mekanisme tersebut terdiri dari struktur, sistem dan proses yang digunakan oleh organ-organ dalam perusahaan untuk mengarahkan dan mengendalikan operasional perusahaan agar berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan.

Corporate governance merupakan faktor fundamental untuk meningkatkan kinerja perusahaan secara *sustainable* (Guler Aras, 2008). Kinerja perusahaan dapat diukur salah satunya dari kinerja keuangannya. Kinerja keuangan menjadi penting karena menjadi tolak ukur investor dalam keputusannya berinvestasi dalam suatu perusahaan. Kinerja keuangan dapat dilihat lebih lanjut dari keputusan investasi, struktur modal perusahaan, dan area investasi yang dimasuki seperti hampir semua perusahaan industry.

Mekanisme penerapan *good corporate governance* baik pada pendekatan system dan strukturnya diilhami oleh *agency theory* yang dikembangkan oleh Jensen dan Meckling (1976) bahwa hubungan keagenan adalah sebuah kontrak antara manajer (agen) dengan investor (pemilik). Berangkat dari pemikiran ini, penulis menitik beratkan bahwa mekanisme pengawasan pada manager perusahaan (agen) adalah melalui serangkaian pengawasan melalui keefektifan dan fungsi dewan yang ada di perusahaan baik dewan komisaris dan komite-

komite yang dibentuk dalam rangka fungsi pengawasan tersebut seperti adanya komite audit, komite remunerasi, dan komite manajemen resiko. Selain itu hubungan antar pemilik perusahaan akan mempengaruhi kinerja perusahaan seperti proporsi kepemilikan publik, kepemilikan asing, kepemilikan saham oleh karyawan dan pemegang saham minoritas lainnya.

2.4.2 Pengertian *Good Corporate Governance*

Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI) mendefinisika *corporate Governance* sebagai berikut.

"seperangkat peraturan yang mendefinisikan hubungan antara pemegang saham, manajer, kreditor, pemerintah, karyawan dan stakeholder internal dan eksternal lainnya sehubungan dengan hak dan tanggung jawab, atau sistem dimana perusahaan diarahkan dan dikendalikan. (Diambil dari Cadbury Komite Inggris). Tujuan dari *Corporate Governance* adalah untuk menciptakan nilai tambah kepada para pemangku kepentingan."

Efendi (2009) menyatakan bahwa *Corporate Governance* merupakan suatu konsepsi yang secara riil dijabarkan dalam bentuk ketentuan/peraturan yang dibuat oleh lembaga otoritas, norma-norma dan etika yang dikembangkan oleh asosiasi industri dan diadopsi oleh pelaku industri, serta lembaga-lembaga yang terkait dengan tugas dan peran yang jelas untuk mendorong disiplin, mengatasi dampak moral hazard, dan melaksanakan fungsi check and balance. Berdasarkan SK Menteri BUMN No. 117/M-MBU/2002, *Corporate Governance* adalah suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memerhatikan

pemangku kepentingan (stakeholder) lainnya, berlandaskan peraturan perundangan dan nilai-nilai etika.

Organization for Economic Corporation and Development (DECD) dalam mendefinisikan Good Corporate Governance sebagai berikut:

Good Corporate Governance adalah sistem yang dipergunakan untuk mengarahkan dan mengendalikan kegiatan perusahaan. Corporate Governance mengatur pembagian tugas hak dan kewajiban mereka yang berkepentingan terhadap kehidupan perusahaan termasuk : para pemegang saham, dewan pengurus, para manajer, dan semua anggota stakeholder nonpemegang saham.

Bank Dunia mendefinisikan Good Corporate Governance sebagai kumpulan hukum, peraturan, dan kaidah-kaidah yang wajib dipenuhi, yang dapat mendorong kinerja sumber-sumber perusahaan untuk berfungsi secara efisien guna menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang yang berkesinambungan bagi para pemegang saham maupun masyarakat sekitar secara keseluruhan (Effendi, 2009: 1-2). Center for European Policy Study (CEPS) memformulasikan Good Corporate Governance sebagai seluruh sistem yang dibentuk mulai dari hak (right), proses, dan pengendalian, baik yang ada di dalam maupun di luar manajemen perusahaan (Sutedi, 2011: 1).

Effendi (2009: 2) mendefinisikan GCG sebagai seperangkat sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah (value added) bagi para pemangku kepentingan, Good Corporate Governance, yang selanjutnya disebut *GCG*, adalah suatu tata kelola entitas industri yang menerapkan prinsip-prinsip keterbukaan (*transparency*), akuntabilitas (*accountability*), pertanggungjawaban (*responsibility*), profesional (*professional*),

dan kewajaran (*fairness*).

Dari berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa Good Corporate Governance merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan guna menciptakan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan perusahaan dan masyarakat sekitar (Sutedi, 2011).

2.4.3 Tujuan dan Manfaat *Good Corporate Governance*

GCG memberikan kerangka acuan yang memungkinkan pengawasan berjalan efektif sehingga tercipta mekanisme checks and balances di perusahaan. Dengan menerapkan *Corporate Governance* pada perusahaan, ada beberapa manfaat yang dapat diperoleh (www.fcgi.or.id). yakni:

1. Mengurangi *agency cost*, yaitu suatu biaya yang harus ditanggung pemegang saham sebagai akibat pendelegasian wewenang kepada pihak manajemen. Biaya-biaya ini dapat berupa kerugian yang diderita perusahaan sebagai akibat penyalahgunaan wewenang (*wrong-doing*), ataupun berupa biaya pengawasan yang timbul untuk mencegah terjadinya hal tersebut.
2. Mengurangi biaya modal (*cost of capital*), yaitu sebagai dampak dari pengelolaan perusahaan yang baik tadi menyebabkan tingkat bunga atas dana atau sumber daya yang dipinjam oleh perusahaan semakin kecil seiring dengan turunnya tingkat risiko perusahaan.
3. Meningkatkan nilai saham perusahaan sekaligus dapat meningkatkan citra perusahaan tersebut kepada publik luas dalam jangka panjang.
4. Menciptakan dukungan para stakeholder (para pihak yang berkepentingan) dalam lingkungan perusahaan tersebut terhadap keberadaan dan berbagai strategi dan kebijakan yang ditempuh perusahaan, karena umumnya mereka

mendapat jaminan bahwa mereka juga mendapat manfaat maksimal dari segala tindakan dan operasi perusahaan dalam menciptakan kemakmuran dan kesejahteraan.

2.4.4 Prinsip-prinsip *Good Corporate Governance*

Prinsip-prinsip *Corporate Governance* yang berlaku secara internasional meliputi:

1. Hak-hak pemegang saham, yang harus tepat waktu dan secara benar menginformasikan tentang perusahaan, yang harus dapat berpartisipasi dalam keputusan mengenai perubahan mendasar perusahaan, dan siapa yang harus berbagi dalam keuntungan perusahaan;
2. Perlakuan yang setara pemegang bagi saham, khususnya pemegang saham minoritas dan asing, dengan pengungkapan penuh informasi material dan melarang self dealing dan insider trading;
3. Peran *stakeholder* harus diakui sebagaimana yang ditetapkan oleh hukum dan aktif bekerjasama antara perusahaan dan pemangku kepentingan dalam menciptakan kekayaan, pekerjaan dan suara finansial perusahaan;
4. Pengungkapan tepat waktu dan akurat serta transparansi pada semua hal-hal material terhadap kinerja perusahaan, kepemilikan dan stakeholder; dan
5. Tanggung jawab dewan dalam manajemen, pengawasan pengelolaan dan pertanggungjawaban kepada perusahaan dan pemegang saham.

Fitria, (2010) menyatakan bahwa GCG diperlukan untuk mendorong terciptanya pasar yang efisien, transparan, dan konsisten dengan peraturan-undangan. GCG perlu didukung oleh tiga pilar yang saling berhubungan, yaitu negara dan perangkatnya sebagai regulator, dunia usaha sebagai pelaku pasar, dan

masyarakat pengguna produk dan jasa dunia usaha. Lebih lanjut Fitria, (2010) memberikan penjelasan mengenai prinsip dasar yang harus dilaksanakan oleh masing-masing pilar adalah sebagai berikut:

1. Negara dan perangkatnya, peraturan perundang-undangan yang menunjang iklim usaha yang sehat, efisien dan transparan, melaksanakan peraturan perundang-undangan dan penegakan hukum secara konsisten.
2. Dunia usaha sebagai pelaku pasar menerapkan GCG sebagai pedoman dasar pelaksanaan usaha,
3. Masyarakat sebagai pengguna produk dan jasa dunia usaha serta pihak yang terkena dampak dan keberadaan perusahaan, menunjukkan kepedulian dan melakukan kontrol secara obyektif dan bertanggungjawab.

Sedangkan prinsip *Good Corporate Governance* menurut Pedoman Umum *Good Corporate Governance* Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Transparansi (*transparency*)
2. Akuntabilitas (*accountability*)
3. Responsibilitas (*responsibility*)
4. Independensi (*independency*)
5. Kewajaran dan kesetaraan (*fairness*)

Astrotama, (2009) menyatakan bahwa prinsip dasar transparansi berhubungan dengan kualitas informasi yang disajikan oleh perusahaan. Kepercayaan investor akan sangat tergantung dengan kualitas informasi yang disampaikan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk menyediakan informasi yang jelas, akurat, tepat waktu dan dapat dibandingkan dengan indikator-indikator yang sama. Dengan kata lain prinsip transparansi ini menghendaki adanya keterbukaan

dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam penyajian (disclosure) informasi yang dimiliki perusahaan.

Sedangkan menurut KNKG (2006) untuk menjaga obyektivitas dalam menjalankan bisnis, perusahaan harus menyediakan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Perusahaan harus mengambil inisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya masalah yang disyaratkan oleh peraturan perundang-undangan, tetapi juga hal yang penting untuk pengambilan keputusan oleh pemegang saham, kreditur dan pemangku kepentingan lainnya.

Lebih lanjut mengenai akuntabilitas KNKG (2006) menyatakan bahwa perusahaan harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu perusahaan harus dikelola secara benar, terukur dan sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan tetap memperhitungkan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lain. Akuntabilitas merupakan prasyarat yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan.

Sembiring (2005) menyatakan bahwa prinsip akuntabilitas berhubungan dengan adanya sistem yang mengendalikan hubungan antara unit-unit pengawasan yang ada di perusahaan, Akuntabilitas dilaksanakan dengan adanya dewan komisaris dan direksi independen, dan komite audit. Akuntabilitas diperlukan sebagai salah satu solusi mengatasi Agency Problem yang timbul antara pemegang saham dan direksi serta pengendaliannya oleh komisaris. Praktik-praktik yang diharapkan muncul dalam menerapkan akuntabilitas diantaranya pemberdayaan dewan komisaris untuk melakukan monitoring, evaluasi, dan pengendalian terhadap manajemen guna memberikan jaminan perlindungan kepada pemegang

saham dan pembatasan kekuasaan yang jelas di jajaran direksi.

Menurut KNKG (2006), *responsibility* mencerminkan kepatuhan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan serta pelaksanaan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai *good corporate citizen*.

Responsibilitas diartikan sebagai tanggung jawab perusahaan sebagai anggota masyarakat untuk mematuhi peraturan dan hukum yang berlaku serta pemenuhan terhadap kebutuhan-kebutuhan sosial. Responsibilitas menekankan pada adanya sistem yang jelas untuk mengatur mekanisme pertanggungjawaban perusahaan kepada pemegang saham dan pihak-pihak lain yang berkepentingan. Hal tersebut untuk merealisasikan tujuan yang hendak dicapai GCG yaitu mengakomodasi kepentingan pihak-pihak yang berkaitan dengan perusahaan seperti masyarakat, pemerintah, asosiasi bisnis dan pihak-pihak lainnya (Komar, 2004).

Selanjutnya, perusahaan harus dikelola secara independen sehingga masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak lain (KNKG, 2006).

Fairness menggambarkan pelaksanaan kegiatan perusahaan yang harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan azas kewajaran dan kesetaraan (KNKG, 2006). Prinsip kewajaran menekankan pada adanya perlakuan dan jaminan hak-hak yang sama kepada pemegang saham minoritas maupun mayoritas, termasuk hak-hak pemegang saham asing serta investor lainnya. Praktik kewajaran juga mencakup adanya sistem hukum dan peraturan serta penegakannya yang jelas dan berlaku

bagi semua pihak. Hal ini penting untuk melindungi kepentingan pemegang saham dari praktik kecurangan (fraud) dan praktik-praktik insider trading yang dilakukan oleh agen/manajer. Prinsip kewajaran ini dimaksudkan untuk mengatasi masalah yang timbul dari adanya hubungan kontrak antara pemilik dan manajer karena diantara kedua pihak tersebut memiliki kepentingan yang berbeda (*conflict of interest*) (Chariry, (2007).

2.4.5 Unsur-unsur *Corporate Governance*

Unsur-unsur *Corporate Governance* berasal dan dalam perusahaan dan dan luar perusahaan. Unsur-unsur tersebut akan menjamin berfungsinya *Good Corporate Governance*. Daniri, (2008) menyatakan bahwa unsur-unsur yang berasal dan dalam perusahaan dan unsur yang selalu diperlukan dalam perusahaan disebut *Corporate Governance-Internal Perusahaan*. Unsur-unsur yang berasal dari dalam perusahaan adalah:

1. pemegang saham;
2. direksi;
3. dewan komisaris;
4. manajer;
5. karyawan/serikat pekerja;
6. sistem remunerasi berbasis kinerja;
7. komite audit.

Sedangkan unsur-unsur yang selalu diperlukan dalam perusahaan antara lain: 1) Keterbukaan dan kerahasiaan, 2) Transparansi, 3) Accountability, 4) Fairness dan 5) Aturan dari code of conduct.

Lebih lanjut Daniri, (2008) menyatakan bahwa unsur yang berasal dari luar

perusahaan dan unsur yang selalu diperlukan di luar perusahaan disebut Corporate Governance-Eksternal Perusahaan. Unsur yang berasal dari luar perusahaan adalah:

1. Kecukupan undang-undang dan perangkat hukum;
2. Investor;
3. Institusi penyedia informasi;
4. Akuntan publik; institusi yang memihak kepentingan publik, bukan golongan;
5. Pemberi pinjaman;
6. Lembaga yang mengesahkan legalitas.

Unsur yang selalu diperlukan diluar perusahaan meliputi: 1) Aturan dari code of conduct, 2) Fairness, 3) Accountability, 4) Jaminan hukum.

2.4.6 Penilaian Mandiri (*Self Assessment*)

FCGI bekerja sama dengan Asian Development Bank dan Pricewaterhouse Cooper untuk mengembangkan suatu Penilaian Mandiri (Self Assessment) sebagai alat bantu bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia untuk menilai sejauh mana pelaksanaan Corporate Governance-nya. Self Assessment berupa kuesioner yang dapat diisi oleh perusahaan yang telah dicetak dalam bentuk booklet dan dinamakan Corporate Governance Self Assessment Checklist.

Indikator pembobotan dalam penilaian mandiri antara lain hak pemegang saham, kebijakan GCG, praktik GCG, pengungkapan (disclosure), dan fungsi audit. Dengan skor yang diperoleh dari kuesioner tersebut, perusahaan dapat mengetahui berapa besar keterbukaan, akuntabilitas, keadilan, dan pertanggungjawaban dan perusahaan yang bersangkutan. Masing-masing indikator diberikan pembobotan sebagai berikut oleh FCG!

1. Hak-hak pemegang saham (20%),
2. Kebijakan GCG (15%),
3. Praktik-praktik GCG (30%),
4. Pengungkapan (20%), dan
5. Fungsi audit (15%) .

2.4.7 *Good Corporate Governance* dalam Perspektif Islam

Islam mempunyai konsep yang jauh lebih lengkap dan lebih komprehensif serta akhlaqul karimah dan ketaqwaan pada Allah SWT yang menjadi tembok kokoh untuk tidak terperosok pada praktek ilegal dan tidak jujur dalam menerima amanah. Tata kelola perusahaan yang baik, yang dalam terminologi modem disebut sebagai *Good Corporate Governance* berkaitan dengan hadits Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Aisyah r.a yang artinya "Sesungguhnya Allah menyukai apabila seseorang melakukan sesuatu pekerjaan dilakukan dengan baik".

2.4.8 Prinsip *Good Corporate Governance* dalam Islam

Muqorobin (2011:4) menyatakan bahwa *Good Corporate Governance* dalam Islam harus mengacu pada prinsip-prinsip berikut ini:

2.4.8.1 *Tauhid*

Tauhid merupakan prinsip dasar tertinggi dari semua kegiatan hidup ummat Islam, dan menjadi pegangan setiap Muslim tanpa membedakan madzhab ataupun aliran yang dianutnya. Tauhid adalah prinsip tentang ke Esaan Tuhan yang mengajarkan kepada manusia bahwa Tuhan adalah Satu atau Maha Tunggal. Tidak ada sekutu bagi-Nya dan tidak memerlukan bantuan dari manapun atau

siapapun. Dia tidak berputera dan tidak pula diputerakan. Tidak ada sesuatupun yang menyamai-Nya.

Iman atau keyakinan terhadap prinsip Tauhid merupakan bagian utama dari sistem keyakinan Muslim yang tertuang dalam Rukun Iman sebagai komponen penting dalam ajaran tentang keyakinan yang disebut 'aqidah. Dalam sistem 'aqidah, iman kepada Allah menjadi pilar pertama dan paling penting dalam rukun iman, yang kemudian diikuti oleh keimanan kepada para malaikat, kitab-kitab, nabi dan rasul, hari akhir, dan iman kepada takdir (qadha dan qadar). Prinsip Tauhid mengajarkan kepada manusia untuk senantiasa mengingat bahwa dirinya hanyalah makhluk Allah yang harus taat kepada-Nya dan melaksanakan segala perintah serta meninggalkan larangan-Nya.

Apabila seseorang ingin melakukan bisnis, terlebih dahulu ia harus mengetahui dengan baik hukum agama yang mengatur perdagangan agar ia tidak melakukan aktivitas yang haram dan merugikan masyarakat. Dalam bermuamalah yang harus diperhatikan adalah bagaimana seharusnya menciptakan suasana dan kondisi bermuamalah yang tertuntun oleh nilai-nilai ketuhanan. (Fitria, 2010).

2.4.8.2 Taqwa dan Ridha

Prinsip atau azas taqwa dan ridha menjadi prinsip utama tegaknya sebuah institusi Islam dalam bentuk apapun azas taqwa kepada Allah dan ridha-Nya. Tata kelola bisnis dalam Islam juga harus ditegakkan di atas fondasi taqwa kepada Allah dan ridha-Nya dalam QS Al-A'raf: 96 dan An-Nisaa/4 : 29 Allah berfirman:

Artinya: "Jikalau sekiranya penduduk negeri-negeri beriman dan Bertaqwa, pastilah Kami akan melimpahkan kepada mereka berkah dari langit dan bumi... (QS : Al-A'raf : 96).

Artinya “ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta

sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antaramu (QS : An-Nisaa/4 : 29)

Dalam melakukan suatu bisnis hendaklah atas dasar sukarela dan ridha ini menunjukkan keikhlasan dan iktikad baik dari para pihak.

2.4.8.3 *Ekulibrium (keseimbangan dan keadilan)*

Tawazun atau mizan (keseimbangan) dan al-'adalah (keadilan) adalah dua buah konsep tentang ekulibrium dalam Islam. Tawazun lebih banyak digunakan dalam menjelaskan fenomena fisik, sekalipun memiliki implikasi sosial, yang kemudian sering menjadi wilayah al-'adalah atau keadilan sebagai manifestasi Tauhid khususnya dalam konteks sosial kemasyarakatan, termasuk keadilan ekonomi dan bisnis. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an Shurah Ar-Rahman (55) Ayat 7-9 sebagai berikut:

وَالسَّمَاءَ رَفَعَهَا وَوَضَعَ الْمِيزَانَ ۗ
أَلَّا تَطْغَوْا فِي الْمِيزَانِ ۚ ۸ وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ
وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ ۙ ۹

Artinya: Dan Allah telah meninggikan langit dan Dia meletakkan neraca (keadilan). Supaya kamu jangan melampaui batas tentang neraca itu. Dan tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu (QS:55:7-9).

Penciptaan alam semesta merupakan sebuah karya kesempurnaan ciptaan Ilahi yang tiada taranya, dalam sebuah bingkai keseimbangan dan keharmonisan. Keseimbangan dan keharmonisan alam dan sosial ini dapat diturunkan dari azas atau prinsip *al-'adl*, *al-qistb* dan *al-mizan* dalam Al-Qur'an Shurah Al-Maidah Ayat 8 Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوْمِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ أَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ۙ ۸

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Jadilah kamu sebagai penegak

keadilan karena Allah, (ketika) menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah. Karena (adil) itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sungguh Allah Maha Teliti apa yang kamu kerjakan."

Untuk menjaga keseimbangan dan keharmonisan ini, baik dalam bentuk fisik maupun sosial, diperlukan "institusi" perwakilan Tuhan dimuka bumi. Untuk itu ditetapkanlah manusia menjadi khalifah. Penunjukan manusia sebagai khalifah merupakan sebuah kehormatan bagi manusia sesuai dengan Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Shurah Al-Baqarah (2) Ayat 30 berikut sebagai berikut :

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَن يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَآءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ ۝ ۳۰

Artinya : "Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para Malaikat: "Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi". Mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui"

Keseimbangan alam semesta baik lingkungan fisik maupun keseimbangan sosial harus dijaga sedemikian rupa sehingga dapat memperbaiki dan mengembalikan kerusakan yang sering kali dilakukan oleh manusia kembali pada posisi ekuilibrium sebagaimana tercantum pada QS Ar-Rum: 41 berikut ini:

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ ۝ ۴۱

"Telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar QS:30:41)

Dalam konteks keadilan, para pihak yang melakukan perikatan dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan, memenuhi

perjanjian yang telah mereka buat, dan memenuhi segala kewajibannya.

2.4.8.4 Kemashlahatan

Penegakan otoritas kepemimpinan dan keagamaan dalam rangka menjaga keharmonisan fisik maupun sosial, dimaksudkan pula untuk memenuhi tujuan diterapkannya syari'ah Islam (maqashidusy-syariah) yaitu mencapai kemashlahatan ummat manusia secara keseluruhan, sebagai perwujudan dari kehendak Islam menjadi rahmat bagi semesta alam (Mingka; 2013).

"Dan tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam." (Qs : Al-Anbiya/21-107)

Tujuan diterapkannya ajaran Islam dalam dunia bisnis, secara umum telah dikemukakan didepan, yakni untuk mewujudkan masalah dalam kehidupan dunia dan akhirat. Secara khusus, para ulama diantaranya yang relatif paling banyak membahas adalah Imam Ghazali, Imam Syatibi dan Imam Izzuddin Abdus-Salam telah mengkalifikasikan tujuan ini menjadi tiga tingkatan, yaitu kebutuhan primer atau dasar (dharuriyat), kebutuhan sekunder (hajiyyat) untuk membuat kehidupan lebih sempurna, dan kebutuhan tersier agar kehidupan menjadi indah (tahsiniyyat). Adapun kebutuhan dasar masih dapat dirinci menjadi lima kebutuhan dasar (*adh-dharuruyyat al-khamsah* atau *adh-dharuruyyat al-asas*) mencakup:

1. pemeliharaan agama (*hifdzud-din*), yang terkait pula dengan pemeliharaan sarana dan prasarana ibadah dan ketentuan lainnya dalam ajaran Islam;
2. pemeliharaan jiwa (*hifzun-nafs*) yang berimplikasi pada aspek kesehatan;
3. pemeliharaan akal (*hifhzul-iaql*), melalui pendidikan dan pengembangan ilmu

pengetahuan;

4. pemeliharaan keturunan (*hifhzun-nasl*), melalui pemeliharaan kesehatan; dan
5. pemeliharaan harta benda (*hifhzul-maal*) termasuk dalam hal pengembangan ekonomi dan bisnis.

2.4.9 Prinsip *Good Corporate Governance* OECD dan KNKG dalam Perspektif Akuntansi Islam

Prinsip *Good Corporate Governance* dalam Islam juga sesuai dengan yang dirumuskan oleh OECD maupun KNKG. Prinsip-prinsip yang dirumuskan oleh OECD adalah transparansi, akuntabilitas, pertanggungjawaban dan keadilan. Sedangkan prinsip yang dirumuskan oleh KNKG adalah transparansi, akuntabilitas, pertanggungjawaban, independensi dan keadilan. Penjelasan kelima prinsip tersebut dijabarkan sebagai berikut.

2.4.9.1 *Transparansi*

Keakuratan juga menjadi prinsip penting dalam pelaksanaan *Corporate Governance* yang Islami. Informasi yang akurat dapat diperoleh jika sistem yang ada di perusahaan dapat menjamin terciptanya keadilan dan kejujuran semua pihak. Kondisi ini dapat dicapai jika setiap perusahaan menjalankan etika bisnis yang Islami dan didukung dengan sistem akuntansi yang baik dalam pengungkapan yang wajar dan transparan atas semua kegiatan bisnis. (Widiastuti, 2010).

2.4.9.2 *Akuntabilitas*

Akuntabilitas tidak hanya terbatas pada pelaporan keuangan yang jujur dan wajar, tetapi yang lebih mengedepankan esensi hidup manusia yang yaitu merupakan bentuk pertanggungjawaban manusia kepada Allah sebagai Dzat pemilik seluruh alam semesta. Konsep Islam yang fundamental meyakini bahwa

alam dan seluruh isinya sepenuhnya milik Allah dan manusia dipercaya untuk mengelola sebaik-baiknya demi kemaslahatan umat (Widiyastuti, 2010).

2.4.9.3 *Responsibilitas*

Pertanggungjawaban keuangan perusahaan Juga perlu disampaikan dalam bentuk pengungkapan yang jujur dan wajar atas kondisi keuangan perusahaan. Sehingga pemegang saham dan stakeholder dapat mengambil keputusan yang tepat. Pelaporan keuangan yang benar dan akurat, juga akan menghasilkan keakuratan dalam pembayaran zakat, Karena dari setiap keuntungan yang diperoleh muslim dalam kegiatan bisnisnya, setidaknya ada 2,5% yang menjadi hak kaum fakir miskin. Masalah zakat menjadi penting dalam perspektif Islam karena merupakan ciri diimplementasikannya Good Corporate Govemance. Pengelolaan perusahaan yang baik tidak hanya bertujuan untuk memakmurkan manajemen dan pemegang saham, tetapi juga masyarakat disekitar perusahaan tersebut khususnya kaum fakir dan miskin (Widiyastuti, 2010).

2.4.9.4 *Independensi*

Independensi terkait dengan konsistensi atau sikap istiqomah yaitu tetap berpegang teguh pada kebenaran meskipun harus menghadapi risiko, sesuai pada QS Fushshilat (41) Ayat 30 berikut ini.

إِنَّ الَّذِينَ قَالُوا رَبُّنَا اللَّهُ ثُمَّ اسْتَقَمُوا تَتَنَزَّلُ عَلَيْهِمُ الْمَلَائِكَةُ أَلَّا تَخَافُوا وَلَا تَحْزَنُوا
وَأَبْشِرُوا بِالْجَنَّةِ الَّتِي كُنْتُمْ تُوعَدُونَ ٣٠

Artinya: Sesungguhnya orang-orang yang mengatakan: "Tuhan kami ialah Allah" kemudian mereka meneguhkan pendirian mereka, maka malaikat akan turun kepada mereka dengan mengatakan: "Janganlah kamu takut dan janganlah merasa sedih; dan gembirakanlah mereka dengan jannah yang telah dijanjikan Allah kepadamu (QS :41 :30).

Independen merupakan karakter manusia yang bijak (ulul al-bab) yang

dalam al-Quran disebutkan sebanyak 16 kali, yang diantara karakternya adalah "Mereka yang mampu menyerap informasi (mendengar perkataan) dan mengambil keputusan (mengikuti) yang terbaik (sesuai dengan nuraninya tanpa tekanan pihak manapun)."

2.4.9.5 Keadilan

Prinsip pencatatan yang jujur, akurat dan adil juga telah diatur dalam Al-Quran (2: 282). Al-Quran 2: 283 dan Al Quran 21: 47 juga menekankan bahwa pencatatan atas transaksi keuangan harus dilakukan dengan baik dan benar. Orang yang bertanggung jawab atas pencatatan harus dipilih mereka yang jujur dan adil. Sekali lagi, ini menunjukkan Islam menghendaki diselenggarakannya bisnis secara adil dan jujur bagi semua pihak (Widiyastuti, 2010). Widiyastuti (2010) menyatakan bahwa keunggulan utama *coporate governance* dalam perspektif Islam yaitu orientasi utama pertanggungjawaban manajemen perusahaan adalah kepada Allah sebagai pemilik alam beserta isinya. Penerapan etika Islam dalam berbisnis yang menjamin perlakuan jujur, adil terhadap semua pihak juga menjadi acuan utama pengelolaan perusahaan yang baik. *Good Corporate Governance* dijalankan tidak hanya sebagai bentuk pertanggungjawaban manajemen terhadap pemilik modal, tetapi lebih pada kebutuhan dasar setiap muslim untuk menjalankan syariat Islam secara utuh dan sempurna. Dengan dasar keyakinan kepada Allah maka *Good Corporate Governance* akan memotivasi transaksi bisnis yang jujur, adil dan akuntabel.

Adapun mekanisme *corporate governance* yang diangkat dalam penelitian ini dan menjadi beberapa variabel penelitian adalah: ukuran dewan komiaris, ukuran komite audit, kepemilikan saham asing dan kepemilikan saham manajerial,

Selanjutnya akan dipaparkan pengertian dan bahasan masing-masing variabel tersebut di bawah ini:

2.5 Mekanisme Halal Life Style

Berdasarkan Kementerian Keuangan RI BAPEPAM dan LK No. KEP-208/BL/2012. Tentang kriteria dan penerbitan Daftar Efek Syariah, maka kriteria penilaian yang akan diteliti baik yang di *listing* syariah dan yang belum *listing* syariah. Sebagai berikut :

1. No. 2 poin (a) no.2 Tidak melakukan kegiatan usaha diantaranya :
 - a. Perjudian dan permainan yang tergolong judi;
 - b. Perdagangan yang dilarang menurut syariah, antara lain : Perdagangan yang tidak disertai dengan penyerahan barang dan jasa dan perdagangan dengan penawaran/permintaan palsu.
 - c. Jasa keuangan ribawi, antara lain : Bank berbasis bunga dan perusahaan pembiayaan berbasis bunga.
 - d. Jual beli risiko yang mengandung unsur ketidakpastiaan/*gharar* dan/atau judi (*maysr*).
 - e. Memproduksi, mendistribusikan, memperdagangkan, dan/atau menyediakan barang atau jasa haram zat-nya dan barang/jasa haram bukan karena zat-nya, serta barang/jasa merusak moral dan/atau bersifat *mudarat* yang ditetapkan oleh DSN-MUI.
 - f. Melakukan transaksi yang mengandung unsur suap (*riswah*).
2. Memenuhi rasio-rasio keuangan diantaranya :
 - a. Total hutang yang berbasis bunga dibandingkan dengan total aset tidak lebih dari 45%.

- b. Total pendapatan bunga dan pendapatan tidak halal lainnya dibandingkan dengan total pendapatan usaha dan pendapatan lain-lain tidak lebih dari 10%.
3. Persyaratan pihak penerbit Daftar Efek Syariah, sebagai berikut :
- a. Pemohon menyediakan Daftar SDM yang berkompeten dibidang syariah beserta riwayat hidup.
 - b. Dalam hal sumber daya manusia yang berkompeten dibidang syariah berasal dari luar perusahaan, maka wajib dilengkapi surat penunjukan dari direksi pemohon.

Perusahaan yang belum terdaftar di Bursa Efek Syariah industri halal, maka penelitian pada kegiatan usahanya yang memproduksi barang dan jasa halal.

2.5.1 Pengertian Halal Life Style

Pemaknaan halal dimaksudkan sebagai sesuatu yang boleh dilakukan, digunakan atau konsumsi menurut hukum Islam. Sedangkan thoyyib bermakna baik, yang mencakup keselamatan, kesehatan lingkungan, keadilan, serta keseimbangan alam. Istilah halal sejatinya hanya dimiliki oleh ajaran Islam. Kata halal memiliki makna yang luas, mencakup segala yang berhubungan dengan kehidupan manusia. Singkat kata, makna halal merupakan suatu gaya hidup atau *life style* dapat diterjemahkan dengan gaya hidup halal. Adapun gaya hidup halal mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan. Sedangkan cakupan halal dapat diperluas ruang lingkupnya tidak hanya menyangkut makanan dan minuman melainkan juga melampaui bahkan merefleksikan semua aspek dalam kehidupan (Dr. H. Khairudin Tahmid, M.H, Ketua MUI-Lampung, 2017).

Sejatinya, beberapa ayat Al-Qur'an telah menegaskan soal eksistensi industri halal ini, di antaranya :

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ أَنْظِرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ ١١

Artinya: "Berjalanlah di muka bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu".

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُجْرِمِينَ ٦٩

Artinya: "Berjalanlah kamu (di muka) bumi, lalu perhatikanlah bagaimana akibat orang-orang yang berdosa".

Sesungguhnya jika kita mampu menerapkan konteks halal dalam segala aktivitas kehidupan, maka akan sangat banyak manfaat yang akan diperoleh. Pertama, membawa ketenangan dalam kehidupan sehari-hari. Kedua, dapat menjaga kesehatan jasmani maupun rohani. Ketiga, dapat perlindungan dari Allah. Keempat, semakin teguhnya iman dan ketaqwaan kita kepada Allah SWT Kelima, tercermin kepribadian yang jujur dan sikap apa adanya dalam hidup. Keenam, rezeki yang diperoleh mendapat berkah dunia dan akhirat.

Kata halal berasal dari bahasa Arab yang berarti "halal, diizinkan atau diizinkan", dan merupakan standar makanan bagi umat Islam yang ditentukan dalam Alquran (Kitab Suci Allah) (WilsonandLiu, 2010; Abd-Latifetal., 2014; Wilson, 2014; Yener , 2015; AbuHussin et al., 2016). Kebalikan dari halal dalam bahasa Arab adalah Haram, yang berarti "dilarang, tidak sah, atau dilarang" (WilsonandLiu, 2010). Bagi Muslim, mengkonsumsi kewajiban agama Muslim saja (Ali et al., 2017). Selain itu, semua makanan dianggap halal kecuali yang secara spesifik disebut sebagai Haram dalam Alquran dan Hadits Nabi Suci (P.B.U.H.) (RiazandChaudry, 2004, hal.8; Awanetal., 2015).

Secara implisit, halal lifestyle memiliki makna berperilaku sesuai dengan

syariah yang bertujuan untuk menjaga dan melindungi umat Islam (himayatul ummah wa wiqoyatuha) dalam mengonsumsi barang-barang yang tidak halal dalam hidupnya. Kesimpulannya bahwa halal lifestyle merupakan bergaya hidup yang tidak melanggar nilai-nilai ajaran Islam.

Halal lifestyle menurut Muslim Judicial Halaal Trust (MJCHT) merupakan “tingkah laku seseorang yang dilakukan sesuai dengan kemampuannya secara benar, jujur, berintegritas, bermartabat, berkeadilan dan tidak menyimpang dari ajaran Islam”. Banyak masyarakat yang memperhatikan model gaya hidup yang akan dijalaninya. Melalui lifestyle seseorang akan dapat menunjukkan cerminan kepribadiannya. Demikian juga bagi umat muslim yang segala aspek kehidupannya sudah diatur dalam ajaran Islam. Sehingga bergaya hidup halal bagi seorang muslim ialah suatu kewajiban/keharusan sebagai perwujudan dari idealitas seorang muslim.

Gaya hidup halal (halal lifestyle) diperlukan oleh semua umat manusia tidak hanya untuk umat Islam, karena konsep halal berlaku universal dan secara filosofis dan praktis adalah inovasi dari standar operasional prosedur (SOP) sejak empat belas abad yang lalu ada dalam syariah Islam. Di dalam gaya hidup halal (halal lifestyle) terdapat unsur kesehatan, keselamatan dan keamanan, kemakmuran dan martabat manusia. Istilah gaya hidup halal (halal lifestyle) tidak dimaksudkan untuk pembatasan atau pemaksaan, melainkan untuk memperkenalkan kembali ramhatan lil'alamin-nya ajaran Allah SWT dari sudut pandang syariah yang sudah dinyatakan dalam Alquran dan hadist.

Karena besarnya pengeluaran umat Muslim Indonesia untuk gaya hidup halal sangat potensial dan pentingnya pemahaman atas praktik halal lifestyle bagi

masyarakat maka tulisan ini bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena gaya hidup halal yang sedang menjadi tren di Indonesia bahkan di dunia agar dapat menambah hazanah pengetahuan halayak di bidang halal lifestyle, sehingga tulisan ini bisa memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memilih gaya hidup islami melalui halal lifestyle.

Gaya hidup mengacu pada cara hidup sehari-hari seseorang yang menggabungkan prinsip-prinsip, nilai-nilai dan standar hidup yang berbeda yang biasa ia amalkan. Fakta kehidupan bahwa keadaan, budaya, dan kondisi kehidupan sering menentukan jenis gaya hidup yang ia adopsi untuk dirinya. Sedangkan halal lifestyle menjadi kebiasaan seseorang dalam kehidupan sehari-harinya untuk mengkonsumsi, memanfaatkan dan menggunakan barang/jasa yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai serta prinsip-prinsip agama Islam. Syariat Islam seringkali menjadi penentu utama seorang muslim untuk mencari nafkah guna kelangsungan hidupnya.

Halal lifestyle adalah parameter koheren yang dirancang untuk menjaga kesehatan, keselamatan, dan kesejahteraan manusia. Dengan serangkaian praktik, halal lifestyle menawarkan versi produk ramah-Muslim dan menawarkan navigasi Muslim mengenai berbagai tema seperti makanan, kosmetik, farmasi, logistik, pakaian, keuangan, perhotelan, dan perbankan.

Halal lifestyle menjadi suatu kebutuhan. Ditinjau dari aspek perlindungan konsumen, ketiadaan informasi halal pada suatu produk telah melanggar hak konsumen Muslim untuk mendapatkan informasi tersebut agar tidak terjadi asimetri informasi. Kebutuhan akan produk halal juga merupakan amanat Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

Penelitian yang dilakukan oleh Hendri Hermawan Adinugraha, Mila Sartika dan Ahmad Hasan Asy'ari Ulama'I, memberikan hasil bahwa peningkatan populasi dan daya beli umat Islam di seluruh dunia memperkuat tren gaya hidup halal. Gaya hidup halal dipandang sebagai pola hidup baru untuk penduduk muslim di dunia, khususnya penduduk muslim di Indonesia. Bahkan konsep halal sudah diterima oleh muslim maupun non-muslim. Implikasi fenomena praktik halal di Indonesia saat ini tidak hanya berkutat pada sektor makanan saja akan tetapi sudah merambah ke sektor-sektor lainnya. Seperti wisata halal yang ada di Nusa Tenggara Barat dan Aceh, kosmetik halal yang dipelopori oleh Wardah, Rumah Sakit Syariah yang dipelopori oleh RSI. Sultan Agung Semarang, obat-obatan halal yang dipelopori oleh perusahaan herbal, mode halal yang dipelopori oleh para hijaber dan perancang busana muslimah, lembaga keuangan yang dipelopori oleh Bank Muamalat Indonesia, dan lain sebagainya.

2.5.2 Halal Life Style menurut Majelis Ulama Indonesia (MUI)

Ketua Umum Majelis Ulama Indonesia (MUI) Dr. KH Ma'ruf Amin mengatakan Bagi umat Islam, halal adalah bagian dari gaya hidup yang wajib dijalankan. Sertifikasi halal akan suatu produk saat ini menjadi perdebatan dalam tubuh pemerintahan, yaitu antara kementerian agama dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Bagaimana Kementerian Agama telah mengambil sikap atas kebijakan yang sejatinya menjadi ranah dari MUI. Meskipun tidak menampik bahwa tetap akan melibatkan MUI sebagai pihak yang memberikan fatwa, namun fenomena tersebut tidak akan menambah efektif dan efisien atas pengadaan sertifikasi halal.

Dahulunya masyarakat memiliki kebebasan untuk dapat menggolongkan barang halal-haram dengan sendirinya, bagaimana kemudian masyarakat dapat

dengan mudah mendapatkan penjelasan dari Al-kitab. Namun, saat ini barang halal-haram akan ditentukan oleh pemerintahan, dalam artian Kementerian Agama dan MUI. Tahun 2017 sudah menjadi tahun terakhir dalam melakukan pembentukan BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal). BPJPH merupakan badan yang akan melakukan pengawasan terhadap barang yang beredar termasuk di dalamnya food, fashion, dan tourism. Sampai pada tahap yang demikian, undang-undang telah diterbitkan dengan berbagai keteraturan. Dengan banyak penguatan dari pemerintah, adakah hal yang digunakan untuk menistakan *halal lifestyle*? Hegemoni budaya halal akan membawa kepada hal yang baik untuk banyak pihak, pada akhirnya tidak akan pernah ada pihak yang akan menistakan kehidupan, tidak akan pernah ada kecenderungan pelayanan, karena semua akan sama rata dalam kehidupan muslim.

Banyak literasi yang membahas dan memperbincangkan akan kearifan dari *halal lifestyle*. Dimana fenomena tersebut akankah membawa kepada kehidupan yang lebih baik atau akan sama saja dengan yang sekarang ini, yang mana budaya lokal sudah tercampur aduk dengan budaya non-lokal. Tantangan yang sangat berarti dalam merubah paradigma berpikir masyarakat sekarang ini, sejak 1992 sampai saat ini pun bank syariah dan industri halal belum mampu membawa dampak yang signifikan, akankah dengan terlibatnya sektor pemerintah dalam menerbitkan sertifikat halal untuk produk dalam negeri maupun produk luar yang masuk ke dalam negeri akan membawa dampak yang signifikan dalam merubah pemikiran dan budaya masyarakat hingganaya *halal lifestyle* akan mendominasi dan membawa kepada aktivitas yang saling memberi manfaat.

Kesadaran akan pentingnya nilai-nilai syariah dalam kehidupan menjelma

menjadi gaya hidup halal. Besarnya pasar Indonesia telah mendorong banyak perusahaan besar untuk pertama kalinya mencantumkan sertifikat halal pada produknya. (Thomson Reuters 2016) Penelitian ini menyusun peringkat negara terbesar pengeluaran untuk produk halal (*expenditure rank*) dan peringkat negara terbesar penyedia produk halal (*player rank*). Dalam penelitian ini, Indonesia memiliki *expenditure rank* tinggi, selalu masuk 10 besar, tetapi memiliki *player rank* yang rendah. Untuk industri makanan-minuman halal, Indonesia menempati *expenditure rank* peringkat pertama. Namun, dari sisi *player rank*, peringkat Indonesia tidak masuk 10 besar. Pasar besar tanpa diimbangi oleh produsen domestik yang besar pula. Merek-merek lokal belum berkiprah banyak mengisi pasar domestik.

(A.Karim 2017) Untuk industri kosmetik dan obat halal, Indonesia memiliki *expenditure rank* peringkat keempat. Namun, dari sisi *player rank*, Indonesia menduduki peringkat kedelapan. Korea dan Jepang tampak serius menggarap segmen pasar ini. Untuk industri halal fashion dan halal travel, Indonesia menempati *expenditure rank* peringkat kelima. Namun, dari sisi *player rank*, peringkat Indonesia juga tidak masuk 10 besar. Turki tampak menekuni segmen ini. Sajadah Turki mulai menggusur sajadah Cina. Jilbab Turki juga digemari pasar Indonesia, bahkan head scarf Italia juga banyak digunakan sebagai jilbab. Untuk industri media dan hiburan, *expenditure rank* Indonesia pada peringkat keenam. Dari sisi *player rank*, Indonesia tidak masuk 10 besar. Untuk industri keuangan syariah, *expenditure rank* Indonesia berada di peringkat ke-10, sedangkan *player rank*-nya menduduki peringkat ke-10.

Secara makroekonomi, fenomena ini menyebabkan tingginya impor produk-produk halal yang tidak diimbangi oleh ekspor produk halal. Ini menimbulkan dua dampak terhadap perekonomian Indonesia. Pertama, dampak terhadap devisa Indonesia yang tergerus untuk mengimpor produk-produk halal. Kedua, dampak terhadap usaha kecil menengah Indonesia yang tertekan oleh masuknya barang-barang impor. Secara global, total industri halal mencapai 3,84 triliun dolar AS pada tahun 2015 dan diperkirakan mencapai 6,38 triliun pada 2021. Halal food mencapai 1,17 triliun pada 2015 dan mencapai 1,91 triliun pada 2021. Halal travel sebesar 0,15 triliun pada 2015 dan 0,24 pada 2021. Halal fashion sebesar 0,24 triliun pada 2015 dan 0,37 triliun pada 2021. Halal media dan hiburan sebesar 0,19 triliun pada 2015 dan 0,26 triliun pada 2021. Halal kosmetik dan obat-obatan mencapai 0,08 triliun pada 2015 dan 0,13 triliun pada 2021.

Besarnya pasar global produk halal merupakan peluang bagi Indonesia. Kemampuan Indonesia untuk mengembangkan produsen produk halal oleh karenanya juga akan memberi dua dampak, yaitu pada penghematan devisa dan peningkatan peran usaha kecil dan menengah. Dampak ini akan semakin penting dan krusial dengan semakin besarnya permintaan domestik Indonesia yang didorong oleh dua hal. Pertama, semakin besarnya kelompok menengah dan usia produktif. Kedua, semakin kuatnya daya beli masyarakat. Besarnya peluang bisnis halal ini diperebutkan oleh banyak negara. Arab Saudi memiliki visi tahun 2030 menjadi *the Heart of Islamic World*. Malaysia ber visi menjadi *Global Halal and Islamic Hub* pada 2020. Dubai ingin menjadi *the Capital of Islamic Economy*. Negara-negara yang bukan mayoritas Muslim bahkan juga bersiap menggarap pasar

produk halal ini. Thailand memiliki visi menjadi Halal Kitchen of the World. Korea Selatan menjadi the Main Destination of Halal Tourism. Jepang menjadi Key Economic Contributor of Halal Industry. Cina menguasai ekspor pakaian di kawasan Timur Tengah mencapai 28 miliar dolar AS sebagai *the Highest Modest Clothing Export*. Inggris menjadi *Islamic Finance Hub of the West*. Australia menjadi *the Largest Supplier of Halal Beef to the OIC*. Brasil menjadi *the Largest Supplier of Halal Poultry to the Middle East*.

Kesadaran umat Islam untuk memiliki gaya hidup halal tanpa diikuti dengan kesadaran untuk memenuhi kebutuhan itu oleh umat Islam akan memberi peluang bisnis bagi negara-negara lain tanpa dapat dimanfaatkan oleh negara-negara yang mayoritas Muslim. Banyak kajian ekonomi yang memperkirakan Indonesia akan menjadi negara maju dengan perekonomian terbesar kelima atau ketujuh pada 2030. Akan sangat ironis bila saat itu Indonesia memiliki expenditure rank tertinggi di dunia karena daya belinya tetapi tidak satu pun produsen produk halal Indonesia yang menjadi pemain global. Ratanamaneichata dan Rakkarnb, para peneliti Universitas Kasem Bundit Bangkok, secara khusus mengkaji cara menembus pasar Indonesia dalam penelitian mereka, "*Quality Assurance Development of Halal Food Products for Export to Indonesia*". Sertifikasi halal MUI dipandang sebagai bentuk baru strategi ketahanan pangan dan hambatan nontarif dalam perdagangan internasional. Saqib dan Taneja, para peneliti Indian Council for Research on International Economic Relations, juga mengkaji penghambat ekspor India ke negara-negara ASEAN dalam kajian mereka, "*Non Tariff Barriers and India's*

Exports: The case of ASEAN and Sri Lanka”. Sertifikasi halal merupakan salah satu hambatan ekspor India.

Strategi bertahan dengan menciptakan hambatan perdagangan tidak akan bertahan lama. Negara-negara pengekspor produk halal akan mengikuti kriteria halal yang digunakan Indonesia. Saat ini, ada 40 negara yang mengikuti standar halal MUI. Pilihan Indonesia hanya satu, yaitu menciptakan banyak pengusaha berbisnis halal menjadi pemain global untuk memenuhi permintaan pasar yang semakin besar. Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam, berkata : “Hendaklah kamu berdagang karena didalamnya terdapat 90% pintu rezeki (HR. Ahmad)”.

2.6 Audit

2.6.1 Pengertian Audit

Auditing adalah pengumpulan serta pengevaluasian bukti-bukti atas informasi untuk menentukan dan melaporkan tingkat kesesuaian informasi tersebut dengan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan. Auditing harus dilaksanakan oleh seseorang yang kompeten dan independen, yang telah ditentukan dan menyampaikan hasilnya kepada para pemakai yang telah berkepentingan (Arens, Elder, Beasley, 2006). *The use of analytics in the auditing domain has been emphasized by both practitioners and academia (Audimotion, 2011; PWC,2012; Wang and Cuthbertson, 2014; Cao et al., 2015). Audit analytics is defined as a science of “discovering and analyzing patterns, identifying anomalies, and extracting other useful information in data underlying or related to the subject matter of an audit through analysis, modeling, and visualization for the purpose of planning or performing the audit” (AICPA, 2015). Audit software vendorsI have*

developed many analytics tools to improve audit quality and enhance assurance. Some general data analytics software packages² are also being employed in the audit process. The usage of audit analytics not only increases operational efficiency by reducing costs (KPMG, 2012), but also helps quickly identify potential fraud and anomalies, thereby providing a higher level of assurance (EY, 2014).

(Restu & Nastia PP; 2013) Audit merupakan suatu proses untuk mengurangi ketidaksiharasan informasi yang terdapat antara manajer dan pemegang saham. Untuk itu diperlukan pihak ketiga (Akuntan Publik) yang dapat memberi keyakinan kepada investor dan kreditor bahwa laporan keuangan yang disajikan oleh manajemen dapat dipercaya. Dalam melaksanakan tugas auditnya seorang auditor harus berpedoman pada standar audit yang ditetapkan oleh Ikatan Akuntan Publik Indonesia (IAPI) yakni standar umum, standar pekerjaan lapangan dan standar pelaporan. Selain standar audit, seorang auditor juga harus mematuhi kode etik profesi yang mengatur tentang tanggung jawab profesi, kompetensi dan kehati-hatian profesional, kerahasiaan, perilaku profesional serta standar teknis bagi seorang auditor dalam menjalankan profesinya (SPAP; 2001).

2.6.2 Konsep Audit

Konsep audit menggambarkan mengenai pedoman yang menyeluruh dalam melaksanakan proses audit. Sedangkan proses audit merupakan Proses yang sistematis, berkaitan dengan verifikasi dan atestasi yang bertujuan untuk membuktikan validitas dan kesesuaian antara informasi yang di audit dengan kriteria yang telah ditetapkan, serta menguji temuan-temuan tersebut dengan menerbitkan laporan yang sesuai dengan jenis dan tujuan audit. Lebih lanjut proses audit mengandung beberapa konsep adalah sebagai (Tuanakotta,MT;2011) berikut:

1. Proses yang Sistematis (*rational argument*), adalah proses terstruktur sebagai suatu aktivitas yang dinamis yang dilakukan secara logis;
2. Memperoleh dan menilai bukti (*Evidence*), bukti bagi auditor merupakan informasi yang digunakan untuk menentukan aktivitas bisnis yang diaudit sesuai dengan kondisi yang sebenarnya;
3. Menentukan tingkat kesesuaian informasi (*due audit care*) dengan ketentuan yang berlaku, membandingkan antara kondisi sebenarnya dengan seharusnya atau menentukan tingkat kesesuaian kondisi dimaksud; dan
4. Melaporkan hasil audit, melaporkan hasil audit kepada pihak-pihak yang terkait.

2.7 Variabel Penelitian

2.7.1 Pengungkapan Indeks CSR

Agar praktik CSR yang dilakukan dapat diketahui oleh para *stakeholdernya*, perusahaan harus melakukan pengungkapan atas praktik CSRnya. Pengungkapan praktik-praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan menyebabkan perlunya memasukkan unsur sosial dalam pertanggungjawaban perusahaan kedalam akuntansi. Hal ini mendorong lahirnya suatu konsep yang disebut sebagai *Social Accounting*, *Socio Economic Accounting* atau pun *Social Responsibility Accounting* (Indira dan Dini, 2005).

Pertimbangan aspek sosial ke dalam akuntansi telah dilakukan oleh Trueblood Committee. Trueblood Committee dalam Zeff (1999) menyatakan bahwa tujuan sosial perusahaan tidak kalah penting daripada tujuan ekonomi, Trueblood Committee Report menyatakan;

An objective of financial statements is to report on those activities of the

enterprise affecting society which can be determined and described or measured and which are important to the role of the enterprise in its social environment.

Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah bagian dari tujuan laporan keuangan, Gray *et al.* (1994) mendefinisikan *Social and environmental accounting* sebagai:

...the process of communicating the social and environmental effects of organizations' economic actions to particular interest groups within society and to society at large...

Dari definisi diatas akuntansi pertanggung jawaban sosial merupakan suatu proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan masyarakat secara keseluruhan. Sampai saat ini masih terdapat perbedaan pendapat mengenai isi dari pengungkapan CSR itu sendiri (Chariri dan Ghozali, 2007). Dalam survei yang dilakukan oleh Ernst dan Ernst,1998 (dalam Chariri dan Ghozali, 2007) menemukan bahwa pengungkapan dikatakan berkaitan dengan isu sosial (dan lingkungan) jika pengungkapan tersebut berisi informasi yang dapat dikategorikan ke dalam kelompok berikut ini :

1. Lingkungan
2. Energi
3. Praktik bisnis yang wajar (fair)
4. Sumber daya manusia
5. Keterlibatan masyarakat
6. Produk yang dihasilkan
7. Kepatuhan Syariah
8. Pengungkapan lainnya

Ada berbagai motivasi bagi para manajer untuk sukarela melakukan kegiatan-kegiatan tertentu, seperti memutuskan untuk melaporkan informasi sosial dan lingkungan. Deegan (2002) dalam penelitiannya merangkum beberapa alasan yang dikemukakan oleh berbagai peneliti untuk melaporkan informasi sosial dan lingkungan sebagai berikut:

1. Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang ada dalam Undang- Undang.
2. Pertimbangan rasionalitas ekonomi.
3. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan,
4. Keinginan untuk mematuhi persyaratan pinjaman.
5. Untuk mernenuhi harapan masyarakat, mungkin mencerminkan suatu pandangan yang sesuai dengan "komunitas lisensi untuk beroperasi".

Pengungkapan mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu unit usaha (Ghozali dan Chariri, 2007), Secara konseptual, pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh laporan keuangan (Suwardjono, 2005).

Wolk, Tearny, dan Dodd (2001:302) menginterpretasikan pengertian pengungkapan sebagai berikut:

Broadly interpreted disclosure is concerned with information ini both the financial statements and supplementary communications including footnotes, post-statement events, managements discussion and analysis of operations for the forthcoming year, financial an operating forecasts, and additional financial statements covering segmental disclosure and extensions beyond historical cost.

Secara umum, tujuan pengungkapan adalah menyajikan informasi yang

dipadang perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan dan melayani berbagai pihak yang mempunyai kepentingan berbeda (Suwardjono, 2005). Di Amerika Serikat, *Securities Exchange Comitee (SEC)* menuntut lebih banyak pengungkapan karena pelaporan keuangan mempunyai aspek sosial dan publik (*public interest*). Oleh karena itu, pengungkapan dituntut lebih dari sekedar pelaporan keuangan, tetapi meliputi pula penyampaian informasi kualitatif dan kuantitatif, baik yang *mandatory* maupun *voluntary disclosure* (Chrisnawati, 2007).

Informasi yang dimuat dalam laporan tahunan ada dua jenis. Yang pertama adalah laporan tahunan dengan pengungkapan wajib yaitu pengungkapan informasi yang wajib diberitahukan sebagaimana diatur dalam ketentuan Bapepam No. : *Kep-38/PM/1996* tgl 17 lanuari 1996. Jenis yang kedua adalah laporan tahunan dengan pengungkapan sukarela yaitu pengungkapan informasi diluar pengungkapan wajib yang diberikan dengan sukarela oleh perusahaan para pemakai (Mahdiyah,2008). Salah satu bagian dari pengungkapan sukarela yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaaan.

Pengungkapan kinerja sosial pada laporan tahunan perusahaan seringkali dilakukan secara sukarela oleh perusahaan. Ada berbagai motivasi yang mendorong manajer secara sukarela mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan. Menurut Deegan (2002) dalam Ghozali dan Chariri (2007), alasan tersebut antara lain:

1. Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang ada dalam undang-undang. Ini sebenarnya bukanlah alasan utama yang ditemukan diberbagai negara karena ternyata tidak banyak aturan yang meminta perusahaan mengungkapkan

informasi sosial dan lingkungan.

2. Pertimbangan rasionalitas ekonomi (economic rationality). Atas dasar alasan ini, praktik pengungkapan sosial dan lingkungan memberikan keuntungan bisnis karena perusahaan melakukan "hal yang benar" dan alasan ini mungkin dipandang sebagai motivasi utama.
3. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan. Artinya, manajer berkeyakinan bahwa orang yang memiliki hak tidak dapat dihindari untuk memperoleh informasi yang memuaskan tidak peduli dengan cost yang diperlukan untuk menyajikan informasi tersebut. Namun demikian, kelihatannya pandangan ini bukanlah pandangan dalam kebanyakan organisasi bisnis yang beroperasi dan lingkungan kapitalis.
4. Keinginan untuk mematuhi persyaratan pinjaman. Lembaga pemberi pinjaman sebagai bagian dari kebijakan manajemen risiko mereka sehingga cenderung menghendaki peminjarn untuk secara periodik memberikan berbagai item informasi tentang kinerja dan kebijakan sosial dan lingkungannya.
5. Untuk mematuhi harapan masyarakat, barangkali refleksi atas pandangan bahwa kepatuhan terhadap "ijin yang diberikan masyarakat untuk beroperasi" (atau "kontrak sosial") tergantung pada penyediaan informasi berkaitan dengan kinerja sosial dan lingkungan.
6. Sebagai konsekuensi dan ancaman terhadap legitimasi perusahaan. Misalnya, pelaporan mungkin dipandang sebagai respon atas pemberitaan media yang bersifat negatif, kejadian sosial atau dampak lingkungan tertentu, atau barangkali sebagai akibat dari rating yang jelek yang diberikan oleh lembaga

pemberi peringkat perusahaan.

7. Untuk memanage kelompok stakeholder tertentu yang powerful.
8. Untuk menarik dana investasi. Dilingkungan internasional, "ethical investment funds" merupakan bagian dari pasar modal yang semakin meningkatperanannya, misalnya the Dow Jones SustainabiJity Group Index. Pihak yang bertanggungjawab dalam merangking organisasi tertentu untuk tujuan analisis portfolio menggunakan informasi dari sejumlah sumber termasuk informasi yang dikeluarkan oleh organisasi tersebut.
9. Untuk mematuhi persyaratan industri, atau code of conduct tertentu. Misalnya, di Australia industri pertambangan memiliki Code for Environmental Management. Jadi ada tekanan tertetu untuk mematuhi aturan tersebut Atura tersebut dapat mempengaruhi persyaratan pelaporan.
10. Untuk menenangkan penghargaan pelaporan tertentu. Ada berbagai penghargaan yang diberikan oleh beberapa negara kepada perusahaan yang melaporkan kegiatannya termasuk kegiatan yang berkaitan dengan aspek sosial dan dampak lingkungan. Contohnya penghargaan yang diberikan oleh *The Association of Chartered Certified Accountants*. Banyak organisasi yang berusaha memenangkan penghargaan tersebut dengan harapan memperbaiki image positif perusahaan. Memenangkan penghargaan memiliki implikasi positif terhadap reputasi perusahaan di mata stakeholdemya.

Oleh karena itu, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* atau *corporate social responsibility* (Hackston dan Milne, 1996) diartikan sebagai suatu proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan

dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005).

corporate governance has enveloped areas customarily perceived as being part of corporate social responsibility (Khan, 2010). Corporate governance depends on managerial performance as well as a consideration of social responsibility, the socio-cultural-environmental dimension of business procedure, legal and ethical practices with a focus on customers and other stakeholders of an organization (Poudel, 2016; Handayani et al., 2018). With the increased concern for corporate social responsibility, corporate governance objectives have evolved to accommodate new relationships never previously been deemed necessary, i.e. business-environment and business-society relations (Habbash, 2016).

2.7.2 Good Corporate Government

Variabel laten *Good Corporate Government* yang diukur dari empat indikator, yaitu ukuran dewan komisaris, ukuran komite audit, kepemilikan manajerial dan kepemilikan asing sebagai berikut :

2.7.2.1 Indikator Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris adalah wakil *shareholder* dalam perusahaan yang berbadan hukum perseroan terbatas yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi), dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern perusahaan (Mulyadi, 2002). Sebagai wakil dari prinsipal di perusahaan dewan komisaris dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial adalah karena

dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi dalam perusahaan.

Dewan komisaris memiliki wewenang untuk mengawasi dan memberikan petunjuk dan arahan pada pengelola perusahaan. Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan CSR. Dengan mengungkapkan informasi sosial perusahaan, image perusahaan akan semakin baik (Branco dan Rodrigues, 2006). Dewan komisaris tentu menginginkan peningkatan citra perusahaan.

Proporsi dewan komisaris cukup menentukan pengaruhnya terhadap pengungkapan sosial perusahaan. Beasley (2001) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris maka akan semakin mudah mengendalikan *Chief Executive Officer* (CEO) dan *monitoring* yang dilakukan akan semakin efektif. Dengan demikian, semakin besar dewan komisaris maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO untuk mengungkapkan informasi sosial perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Sembiring (2005) yang menunjukkan hasil bahwa proporsi dewan komisaris independen mempengaruhi tingkat pengungkapan sukarela.

2.7.2.2 Indikator Ukuran Komite Audit

Ukuran komite audit adalah jumlah personel anggota komite audit dan seberapa efektif fungsi keberadaannya. Hal ini dapat dilihat dari jumlah rapat, materi pembahasan dan hasil keputusannya yang diterapkan oleh manajemen perusahaan. Sesuai dengan Kep. 29/PM/2004, komite audit adalah komite yang dibentuk oleh Dewan Komisaris untuk membantu melaksanakan tugas dan fungsinya. Komite Audit memiliki tugas terpisah dalam membantu Dewan

Komisaris untuk memenuhi tanggung jawabnya dalam memberikan pengawasan secara menyeluruh (FCGI, 2002). Pada umumnya tanggung jawab komite audit meliputi tiga bidang, yaitu :

1. Laporan Keuangan (*Financial Reporting*), adalah untuk memastikan bahwa laporan keuangan yang dibuat oleh manajemen telah memberikan gambaran yang sebenarnya tentang Kondisi keuangan, Hasil Usahanya, serta Rencana dan komitmen jangka panjang;
2. Tata Kelola Perusahaan (*Corporate Governance*), adalah untuk memastikan, bahwa perusahaan telah dijalankan sesuai undang-undang dan peraturan yang berlaku, melaksanakan usahanya dengan beretika, melaksanakan pengawasannya secara efektif terhadap benturan kepentingan dan kecurangan yang dilakukan oleh karyawan perusahaan.
3. Pengawasan Perusahaan (*Corporate Control*). Tanggung jawab Komite Audit untuk pengawasan perusahaan termasuk didalamnya pemahaman tentang masalah serta hal-hal yang berpotensi mengandung risiko dan system pengendalian intern serta memonitor proses pengawasan yang dilakukan oleh auditor internal. Ruang lingkup audit internal harus meliputi pemeriksaan dan penilaian tentang kecukupan dan efektifitas sistem pengawasan intern:

Komite Audit sekurang - kurangnya terdiri dari satu orang Komisaris Independen dan sekurang - kurangnya dua orang anggota lainnya yang berasal dari luar emiten atau perusahaan publik yang berlatar belakang pendidikan di bidang akuntansi atau keuangan. Alasan komite audit terdiri dari komisaris independen dan anggota lain diluar emiten adalah untuk memelihara integritas serta pandangan yang objektif dalam laporan serta penyusunan rekomendasi yang

diajukan dalam mengatasi permasalahan perusahaan.

Tanggung jawab Komite Audit dalam bidang *Corporate Governance* adalah sebagai berikut :

1. Menilai kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan kepatuhan terhadap undang-undang dan peraturan, etika, benturan kepentingan dan penyelidikan terhadap perbuatan yang merugikan perusahaan dan kecurangan;
2. Memonitor proses pengadilan yang sedang terjadi ataupun yang ditunda serta yang menyangkut masalah *Corporate Governance* dalam hal di mana perusahaan menjadi salah satu pihak yang terkait di dalamnya;
3. Memeriksa kasus-kasus penting yang berhubungan dengan benturan kepentingan, perbuatan yang merugikan perusahaan, dan kecurangan;
4. Keharusan auditor internal untuk melaporkan hasil pemeriksaan *Corporate Governance* dan temuan-temuan penting lainnya.

Komite audit merupakan alat yang efektif untuk melakukan mekanisme pengawasan, sehingga dapat mengurangi biaya agensi dan meningkatkan kualitas pengungkapan perusahaan (Foker, 1992 dalam Said *et.al*, 2009). Penelitian yang dilakukan oleh Ho dan Wong (2001) dalam Said *et.al*. (2009) menyatakan bahwa keberadaan komite audit berpengaruh secara signifikan terhadap luas pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) yang dilakukan perusahaan. Dengan demikian, dengan ukuran komite audit yang semakin besar diharapkan pengawasan yang dilakukan akan semakin baik dan dapat meningkatkan pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Rapat komite audit merupakan koordinasi antara anggota-anggotanya agar dapat menjalankan tugas secara efektif dalam hal pengawasan laporan keuangan,

pengendalian internal, dan pelaksanaan GCG perusahaan. Dengan semakin sering mengadakan rapat, maka koordinasi komite audit akan semakin baik sehingga dapat melaksanakan pengawasan terhadap manajemen dengan lebih efektif dan diharapkan dapat mendukung peningkatan pengungkapan informasi sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan.

2.7.2.3 Indikator Ukuran Kepemilikan Asing

Novita (2008) menjelaskan bahwa investor asing sewajarnya mempunyai nilai dan pengetahuan yang berbeda karena disiplin dan pengalaman di pasar modal asing. Oleh karena itu, perusahaan yang dimiliki pihak asing diharapkan untuk menyediakan laporan yang lebih banyak termasuk laporan sosial dan lingkungan untuk pengambilan keputusan. Tanimoto dan Suzuki (dalam Novita *et al*, 2008) membuktikan bahwa kepemilikan asing di perusahaan publik di Jepang menjadi faktor pendorong penggunaan GRI dalam pengungkapan sosial. Novita *et al* juga berkesimpulan bahwa negara-negara asing cenderung lebih perhatian terhadap aktivitas serta pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Kesimpulan yang didapat adalah kepemilikan publik mempunyai hubungan dengan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.7.2.4 Indikator Ukuran Kepemilikan Manajerial

Pihak manajerial adalah pihak yang menjalankan perusahaan. Menurut Nuriningsih (2005) dalam Darmawati, (2008), berpendapat bahwa manajer mendapatkan kesempatan untuk terlibat dalam kepemilikan saham dengan tujuan untuk mensterikan dengan pemegang saham agar dapat menghasilkan kinerja yang lebih baik. Menurut Jensen dan Meckling (1976) kepemilikan insider

dipandang dapat menyamakan kepentingan antara pemilik dan manajer, sehingga semakin tinggi kepemilikan insider akan semakin tinggi pula nilai perusahaan. Namun demikian, menurut Demsetz dan Lehn (1985) dalam Efendi, (2009), menemukan adanya titik balik dalam tahap stage tertentu, yang menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak selalu linear positif. Dalam kepemilikan insider yang relatif rendah efektivitas kontrol dan kemampuan menyamakan kepentingan antara pemilik dan manajer akan berdampak signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun demikian pada kepemilikan insider yang tinggi dan cenderung mengarah pada kepemilikan tunggal dan dominan (*blockholder*) mekanisme tersebut akan berkurang efektifitasnya.

2.7.3 Halal lifestyle

Halal lifestyle dapat diklasifikasikan kedalam beberapa katagori sesuai dengan pengelompokan dari BAPEPAM dan Bursa Efek Indonesia sebagai Pengawas Perusahaan IPO (yang telah go-public). Ada *halal lifestyle* asing, lokal umum, bank/lembaga keuangan, BUMN/Swasta, Tapi *halal lifestyle* dalam penelitian ini adalah *halal lifestyle* dari perspektif akuntansi syariah (Islam) yaitu *halal lifestyle* dalam kelompok perusahaan manufaktur, perdagangan, automotive, pertambangan, agrobisnis dan jasa-jasa.

2.7.4 Performance of Financial Reporting

Variabel laten *Performance of Financial Reporting* yang diukur dari 3 (tiga) indikator diantaranya ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage*, sebagai berikut :

2.7.4.1 Indikator Ukuran Perusahaan

Ukuran suatu perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Teori agensi menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar daripada perusahaan kecil (Marwata, 2001). Oleh karena itu perusahaan besar akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak sebagai upaya untuk mengurangi biaya keagenan tersebut.

Perusahaan besar juga akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil, karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan (Hasibuan, 2001).

Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui laporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat. Penjelasan lain yang juga sering diajukan adalah perusahaan besar memiliki sumber daya yang besar, sehingga perusahaan perlu dan mampu untuk membiayai penyediaan informasi untuk keperluan internal. Informasi tersebut sekaligus menjadi bahan untuk keperluan pengungkapan informasi kepada pihak eksternal, sehingga tidak perlu ada tambahan biaya yang besar untuk dapat melakukan pengungkapan dengan lebih lengkap.

Sebaliknya, perusahaan dengan sumber daya yang relatif kecil mungkin

tidak memiliki informasi siap saji sebagaimana perusahaan besar, sehingga perlu ada tambahan biaya yang relatif besar untuk dapat melakukan pengungkapan selengkap yang dilakukan perusahaan besar. Perusahaan kecil umumnya berada pada situasi persaingan yang ketat dengan perusahaan yang lain. Mengungkapkan terlalu banyak tentang jati dirinya kepada pihak eksternal dapat membahayakan posisinya dalam persaingan sehingga perusahaan kecil cenderung tidak melakukan pengungkapan selengkap perusahaan besar (Singhvi dan Desai, 1971).

Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung hubungan antara ukuran perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini seperti yang disebutkan dalam Hackston dan Milne (1996) antara lain Roberts (1992), Singh dan Ahuja (1983), Davey (1982) dan Ng (1985). Sebaliknya penelitian yang berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini antara lain Belkaoui dan Karpik (1989), Adam *et.al.*, (1995, 1998), Hackston dan Milne (1996), Kokubu *et.al.*, (2001), Hasibuan (2001), Sembiring (2005) dan Anggraeni (2006).

Sembiring (2005), menyatakan bahwa perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar -merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Jensen dan Meckling (1976); Marwata (2001); menyatakan bahwa hal tersebut dijelaskan melalui teori agensi yang menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang lebih kecil. Pengungkapan informasi yang lebih banyak pada perusahaan besar mungkin akan berfungsi sebagai upaya untuk mengurangi biaya ini.

Ukuran suatu perusahaan dapat berdasarkan nilai kapitalisasi pasar.

Kapitalisasi pasar dinilai dengan jumlah saham yang beredar dikali dengan harga saham. Pada umumnya, perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Menurut Bambang Suropto (1999), menyatakan bahwa perusahaan besar umumnya memiliki jumlah aktiva yang besar, penjualan besar, skill karyawan yang baik, sistem informasi yang canggih jenis produk yang banyak, struktur kepemilikan yang lengkap, sehingga memungkinkan dan membutuhkan tingkat pengungkapan secara luas.

2.7.4.2 Indikator Profitabilitas

Hubungan antara pengungkapan CSR dan profitabilitas perusahaan telah merefleksikan pandangan bahwa kepekaan sosial membutuhkan gaya managerial yang sama sebagaimana yang diperlukan untuk dapat membuat Perusahaan menguntungkan (*profitable*) Bowman dan Haire (1976) dalam Heckston dan Mine (1996). Pengungkapan CSR merupakan dimensi cerminan suatu pendekatan manajemen dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan *multidimensional* serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat. **“CSR disclosure is an important action that must be taken by a company because it can enhance a good image or reputation for the company” (Husted, 2003).** Dengan demikian, keterampilan manajemen perlu dipertimbangkan untuk *survive* dalam lingkungan perusahaan masa kini (Cowen *et al.*, 1987 dalam Heckston dan Milne, 1996).

Heinze (1976) dalam Heckston dan Milne, (1996) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan

maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Riset penelitian empiris terhadap hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan sosial perusahaan menghasilkan hasil yang sangat beragam. Penelitian Bowman dan Haire (1976) serta Preston (1978) dalam Hackston dan Milne (1996) mendukung hubungan profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) dan Anggraeni (2006) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan.

Dilihat dari definisi umumnya, profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga mampu meningkatkan nilai pemegang saham perusahaan. Heinze (1976); Florence Devina, dkk (2004); menyatakan bahwa profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara luas. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi sosial. Menurut Hackston dan Milne (1996) dalam Mahdiyah menemukan tidak ada hubungan yang signifikan antara tingkat profitabilitas dengan pengungkapan informasi sosial.

Salah satu argumen dalam hubungan antar profitabilitas dan tanggungjawab sosial adalah ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi, perusahaan tidak perlu melaporkan hal-hal yang mengganggu informasi tentang suksesnya keuangan masyarakat. Sebaliknya pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan keuangan akan membaca "*good news*" kinerja perusahaan

(Hasibuan, 2001). Penelitian ilmiah terhadap hubungan profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memperlihatkan hasil yang sangat beragam.

2.7.4.3 Indikator Leverage

Rasio *leverage* merupakan proposal total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat rasio tak tertagihnya suatu utang. Scott and Josep (2002), menyampaikan pendapat yang menyatakan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. Manajer akan memilih metode akuntansi yang akan memaksimalkan laba sekarang.

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditor dalam membiayai asset perusahaan. *Leverage* mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan (Sembiring, 2005) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki proposi utang yang lebih besar dalam struktur permodalanya akan mempunyai biaya keagenan yang lebih besar. Dengan demikian, semakin besar proporsi utang suatu perusahaan, maka semakin luas pula informasi yang dibuthkan atau yang harus dipaparkan.

Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) keputusan untuk mengungkapkan CSR akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi mengakibatkan

pengawasan yang tinggi dilakukan oleh *debtholder* terhadap aktivitas perusahaan. Sesuai dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholder*.

Oleh karena itu, semakin tinggi *leverage*, kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba di masa depan. Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. Manajer akan memilih metode akuntansi yang akan memaksimalkan laba sekarang. Kontrak utang biasanya berisi tentang ketentuan bahwa perusahaan harus menjaga tingkat *leverage* tertentu (rasio utang/ekuitas), *interest coverage*, modal kerja dan ekuitas pemegang saham (Watt dan Zimmerman, 1990). Dengan perjanjian terbatas seperti perjanjian utang yang tergambar dalam tingkat *leverage*, akan membatasi kemampuan manajemen untuk menciptakan transfer kemakmuran kepada para pemegang saham dan manajer.

Manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholder*. Brammer dan Pavelin (2006) dalam Reverte (2008) juga menyatakan bahwa tingkat utang yang rendah akan membuat para kreditor perusahaan mengurangi tekanan yang mendesak kebijakan manajer dalam aktivitas CSR secara tidak langsung mempengaruhi kesuksesan keuangan perusahaan.

2.7.5 Audit Independen

Keberadaan auditor independen pada suatu entitas sangatlah penting sebagai pendeteksi kejanggalan-kejanggalan yang ada dalam laporan keuangan klien yang diharapkan mampu mengemukakan kecurangan yang mungkin dilakukan oleh pihak manajemen dan menghindarkan *principal* dari kerugian sebagai pihak pemilik dana dalam entitas.

Independensi berarti bahwa auditor harus jujur, tidak mudah dipengaruhi dan tidak memihak kepentingan siapapun, karena ia melakukan pekerjaannya untuk kepentingan umum. Auditor berkewajiban untuk jujur tidak hanya pada manajemen dan pemilik perusahaan, namun juga kepada kreditur dan pihak lain yang meletakkan kepercayaan pada pekerjaan auditor tersebut. Sikap mental independen tersebut meliputi independen dalam fakta (*in fact*) maupun independen dalam penampilan (*in appearance*).

Independen dalam fakta adalah independen dalam diri auditor, yaitu kemampuan auditor untuk bersikap bebas, jujur dan objektif dalam melakukan penugasan audit. Hal ini berarti bahwa auditor harus memiliki kejujuran yang tidak memihak dalam menyatakan pendapatnya dan dalam mempertimbangkan fakta-fakta yang dipakai sebagai dasar pemberian independen dalam fakta. Sedangkan independen dalam penampilan adalah independen yang dipandang dari pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan yang di audit yang mengetahui hubungan antara auditor dengan kliennya. Auditor akan dianggap tidak independen apabila auditor tersebut mempunyai hubungan tertentu (misalnya hubungan keluarga, hubungan keuangan) dengan kliennya yang dapat

menimbulkan kecurigaan bahwa auditor tersebut akan memihak kliennya atau tidak independen. (Munawir:1995:35).

Menurut Tandirerung (2001), sikap independen sudah melekat pada pribadi setiap auditor karena hal tersebut merupakan tuntutan profesi akuntan publik, namun karena adanya desakan atau “pengaruh” dari klien untuk mendukung kepentingannya, maka independensi tidak lagi berdefinisi secara sempurna dalam pendirian auditor.

2.8 Penelitian Terdahulu

1. Belkaoui dan Karpak

Belkaoui dan Karpak (1989) meneliti hubungan antara kinerja sosial (*social performance*), biaya kontrak dan monitor (*contract and monitoring cost*), visibilitas politik (*political visibilities*) dan kinerja ekonomi (*economic performance*) terhadap pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Penelitian ini menemukan hubungan yang positif signifikan antara kinerja sosial dan visibilitas politik terhadap pengungkapan sosial perusahaan dan negatif signifikan antara biaya kontrak dan monitor terhadap pengungkapan sosial perusahaan. Penelitian ini tidak berhasil menemukan hubungan antara kinerja ekonomi yang proksikan dengan profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan sosial perusahaan.

2. Utomo

Utomo (1999) telah melakukan penelitian terhadap pola perusahaan-perusahaan yang listing di Bursa Efek Jakarta maupun Bursa Efek Surabaya dalam melakukan pengungkapan sosialnya. Pola tersebut meliputi tema, item, dan lokasi di dalam laporan tahunan, serta tipe

pengungkapan sosialnya. Selain itu, juga meneliti perbedaan pola praktek pengungkapan sosial yang berdasarkan tipe industri *high profile* dan *low profile* di Indonesia. Penelitian ini juga dilakukan untuk membuktikan bahwa perusahaan yang bertipe *high profile* lebih luas dalam pengungkapan sosialnya dibanding dengan perusahaan *low profile*. Hasil pengujian membuktikan perusahaan-perusahaan *high profile* melakukan pengungkapan sosial secara signifikan lebih tinggi daripada perusahaan-perusahaan *low profile*.

3. Marwata

Marwata (2002) melakukan penelitian mengenai hubungan antara karakteristik perusahaan dan kualitas pengungkapan sukarela. Karakteristik perusahaan dalam penelitian ini diproksikan dengan ukuran perusahaan, rasio *leverage*, basis perusahaan, umur perusahaan, penerbitan sekuritas tahun berikutnya dan struktur kepemilikan. Penelitian ini menemukan bahwa kualitas pengungkapan sukarela dalam laporan keuangan tahunan secara positif dan signifikan berhubungan dengan ukuran perusahaan dan penerbitan sekuritas tahun berikutnya.

4. Sembiring

Sembiring (2005) melakukan penelitian mengenai hubungan antara karakteristik perusahaan dan pengungkapan CSR di Indonesia. Karakteristik perusahaan dalam penelitian ini terdiri atas ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industri, ukuran dewan komisaris dan *leverage*. Penelitian ini menemukan bahwa ukuran perusahaan, ukuran

dewan komisaris dan tipe industri mempengaruhi pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan di Indonesia.

5. Anggraini

Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Anggraini (2006). Anggraini melakukan penelitian untuk menguji pengaruh kepemilikan manajemen, *leverage* ukuran perusahaan, tipe industri dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan di Indonesia. Anggraini menggunakan metode *conten analysis* untuk menghitung pengungkapan CSR di Indonesia. Anggraini menemukan bahwa kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh secara signifikan pada pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan di Indonesia.

6. Agatha Niken Setyaningrum

Dalam penelitian Agatha (2005) dengan judul Pengaruh *Employee Stock Ownership Program* (ESOP) terhadap kualitas implementasi corporate governance & Kinerja Perusahaan dengan studi kasus pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dia menemukan hasil bahwa secara umum tidak ada perbedaan kinerja perusahaan, baik kinerja keuangan maupun kinerja pasar, antara perusahaan yang mengadopsi ESOP dengan perusahaan yang tidak mengadopsi ESOP. Pada penelitian ini variabel yang diteliti adalah ESOP, Kualitas GCG dan Kinerja Perusahaan dengan dimensi pengukuran menggunakan kinerja keuangan dengan REI, ROE, dan Kinerja Pasar, Kepemilikan ESOP dan Indeks CSR kemudian metode analisis menggunakan regresi sederhana.

7. Dian Putri Pamungkas

Penelitian Dian (2008) dengan judul Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap implementasi *corporate social responsibility (CSR)* pada industri pertambangan dan penggalian (BUMN Tbk), dimana menemukan bahwa Ukuran Dewan Komisaris, Komisaris Independen, kepemilikan institusional, dan kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada industri pertambangan dan penggalian. Dian menggunakan variabel GCG dan CSR dengan dimensi Ukuran Dewan Komisaris, Komisaris Independen, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Asing dan Indeks CSR dengan metode analisis regresi berganda.

8. Ahmad Nurkhin

Penelitian Ahmad (2009) dengan judul *corporate governance dan profitabilitas, pengaruhnya terhadap* pengungkapan CSR. Perusahaan menemukan hasil bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara kepemilikan institusional dan pengungkapan CSR. Tetapi ditemukan adanya hubungan yang signifikan antara *Independent commissioner board*, *profitability*, dan pengungkapan CSR dengan variabel GCG. Profitabilitas dan Indeks CSR dan dimensi *Size* Perusahaan, Kepemilikan institusional, *Independent Commissioner* dan indeks CSR dengan menggunakan metode analisis regresi berganda.

9. Emillia Nurdin dan M. Fani Cahyandito

Penelitian Emillia, dkk (2010) tentang pengungkapan tema-tema sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan terhadap reaksi investor menemukan hasil bahwa pengungkapan dengan tema-tema sosial dan

lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap reaksi investor, dimana investor di Indonesia sudah mulai menggunakan informasi sosial dan lingkungan dalam melakukan keputusan investasi. Penelitian ini menggunakan variabel indeks CSR dan Reaksi Pasar dengan dimensi sosial, lingkungan, sumber daya manusia, lingkungan dan sumber daya fisik, serta produk atau jasa dimensi Reaksi Pasar. Metode menggunakan analisis regresi.

10. Cahyani Nuswandari

Penelitian Cahyani (2011) tentang pengaruh *corporate governance perception index* terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menemukan hasil bahwa GCG berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan dengan variabel GCG perception index dan kinerja perusahaan. Penilaian GCG perception index menggunakan dimensi sosial, lingkungan, sumber daya manusia, lingkungan dan sumber daya fisik, serta produk atau jasa dan dimensi Reaksi Pasar. Metode analisis menggunakan analisis regresi sederhana.

11. Vesy Novrianty dan Gusnardi Riandi Armas

Penelitian yang dilakukan oleh Vesi, dkk (2012) tentang pengaruh *corporate social responsibility* dan *good governance* terhadap kinerja perusahaan (studi pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2009-2011) menemukan bahwa pengungkapan tema-tema sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap reaksi investor, dimana investor di Indonesia sudah mulai menggunakan infoemasi sosial dan lingkungan dalam melakukan keputusan investasi.

Variabel dalam penelitian ini adalah indeks CSR, Kinerja Perusahaan, GCG dengan dimensi pengukuran variabel Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Ukuran Dewan Direksi, Komisaris Independen, dan Ukuran Komite Audit kinerja perusahaan dengan metode analisis regresi berganda.

Seperti tampak pada (*Lampiran Tabel 2.2*). Berdasarkan ringkasan penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR dipengaruhi oleh *profitabilitas*, *leverage* dan ukuran (*size*) perusahaan. Lebih lanjut, studi empiris yang sudah dilakukan sebelumnya juga menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan mempengaruhi *profitabilitas* atau *financial performance* perusahaan pada periode selanjutnya.

Dan pengungkapan CSR dipengaruhi oleh GCG dengan dimensi variabel Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Ukuran Dewan Direksi, Komisaris Independen dan Ukuran Komite Audit. Lebih lanjut, studi empiris yang sudah dilakukan sebelumnya juga menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan mempengaruhi GCG atau Tata kelola perusahaan pada periode selanjutnya. Kesimpulan yang diperoleh dari studi empiris sebelumnya serta sejumlah isu yang perlu diteliti lebih lanjut dan perbedaan penelitian sebelumnya adalah :

1. Skala waktu yang menjadi obyek penelitian ini adalah dimulai dari tahun 2012-2016.
2. Penelitian ini merupakan penelitian yang belum banyak di Indonesia yang menambahkan variabel Halal *Lifesytle* yaitu Industri Halal, dikarenakan untuk

mengukur dampak suatu hal, stakeholder akan melihat dari perubahan yang dilakukan perusahaan terhadap pengungkapan yang dilakukan.

3. Penelitian ini di dasarkan pada landasan teori *Tauhidi String Relation* (TSR), yaitu sebuah proses relasi analitis untuk mengerti dan mengetahui kejadian dunia dengan bersumber dari al-Quran dan Hadits.
4. Metode penelitian ini menggunakan *Circular Causation*, yang tidak hanya membatasi dan menjadikan salah satu variabel sebagai *dependent* dan *independent*, namun masing-masing variabel di uji secara proporsional, dan penelitian ini lebih mendalam, terkait variabel manakah sebenarnya yang dipengaruhi, sehingga hasilnya lebih fair dan jujur.

2.9 Kerangka Pemikiran Konseptual

Konsep CSR pada umumnya menyatakan bahwa tanggungjawab perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para stakeholder yang terkait dan/atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Perusahaan yang menjalankan aktivitas CSR akan memperhatikan dampak operasional perusahaan terhadap kondisi sosial dan lingkungan dan berupaya agar dampaknya positif. Sehingga dengan adanya konsep CSR diharapkan kerusakan lingkungan yang terjadi di dunia, mulai dari penggundulan hutan, polusi udara, air, hingga perubahan iklim dapat dikurangi.

Chowdury (1992,2000) mengembangkan *Islamic methodology* yang disebut *Tawhidi String Relation* (TSR) yang dapat diaplikasikan dalam berbagai penelitian di bidang ekonomi dan sosial. Menurut Choudhury and Harahap (2004; 2007 ; 2010) *Circular Causation is recommended in Islamic economic analysis that uses the Tawhidi String Relation (TSR) model and is a differentiator that needs to be*

worked out comprehensively (kaffah) of other economic analyzes. Apabila pemikiran filosofis teori TSR ini dapat diterapkan oleh perusahaan dalam aktivitas CSR kaitannya dengan mekanisme GCG maka akan tercipta sistem Islami yang terintegrasi sehingga tujuan ekonomi Islam dapat tercapai dengan menjaga keadilan dan kebenaran baik didalam melakukan setiap transaksi perniagaan atau aktivitas bisnis maupun dalam aktivitas hidup sehari-hari. Namun sebagai teori keilmuan filsafat baru diperkenalkan kembali oleh Chowdhury (2000) sebagai bagian dari teori *Tawhidyy Tsring Relation (TSR)* dengan istilah yang berbeda yaitu IIE Process. Metodologi *IIE Process* yang diperkenalkan oleh Chowdhury dikembangkan lebih jauh menjadi teori *mu'amalah* yang diperkenalkan oleh Fatah (2014). Secara terminologi teori *mu'amalah* adalah teori interaksi antara satu pihak dengan pihak yang lainnya. Adapun secara epistemologi adalah hubungan antar pihak yang bersifat resiprokal yang saling memberikan peran baik pada hubungan materi yang bersifat *empiric* dan *tangible* maupun hubungan emosional dan *spiritual* yang bersifat *intangibile*.

Pentingnya pengungkapan informasi CSR telah membuat banyak peneliti untuk melakukan penelitian dan diskusi mengenai praktik dan motivasi perusahaan untuk melakukan CSR. Beberapa penelitian yang terkait dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) telah banyak dilakukan, baik didalam maupun diluar negeri. Seperti penelitian yang dilakukan Belkaoui dan Krapik (1989). Cowen, Et. Al (1987); Sembiring (2005) dan Anggraeni (2006) yang meneliti mengenai faktor-faktor yang menjadi variabel dalam penelitian tersebut adalah ukuran perusahaan profitabilitas, *leverage* dan ukuran dewan komisaris. Ukuran dewan komisaris diuji dalam penelitian ini hanya untuk mewakili struktur

penerapan *Good Corporate Governance*, sementara mekanisme GCG yang lain tidak diteliti.

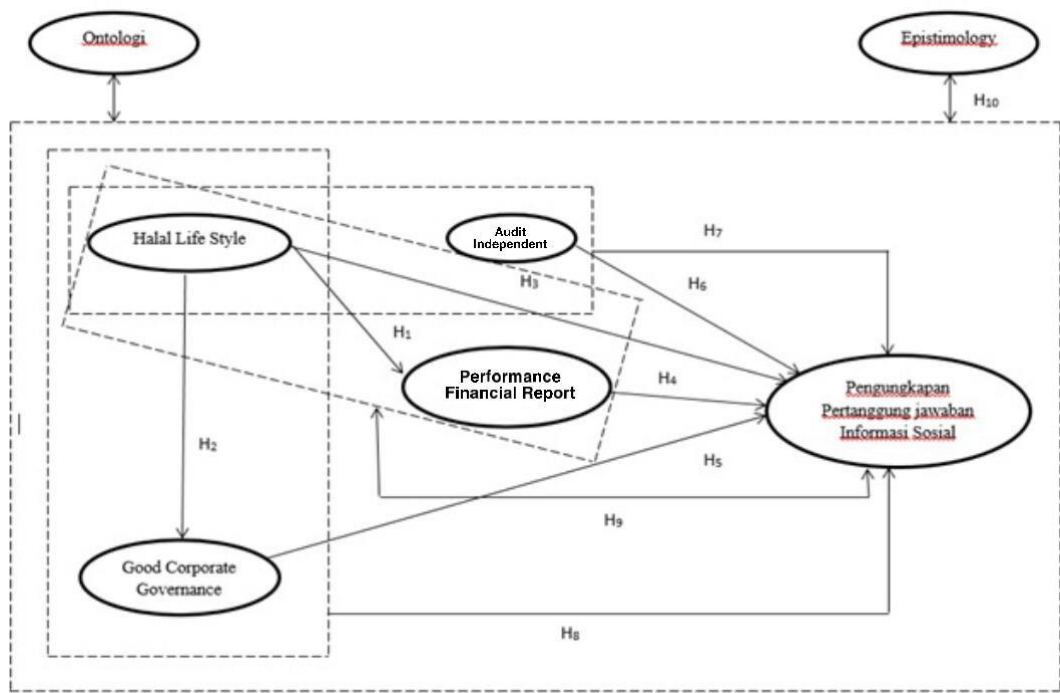
Menurut **Ramadhaningsih dan Utama (2013)**, prinsip-prinsip pokok *corporate governance* yang perlu diperhatikan untuk terselenggaranya praktik *good corporate governance* meliputi : *fairness, responsibility, accountability, dan transparency*. Prinsip *fairness*, untuk melindungi kepentingan pemegang saham minoritas dari adanya penggelapan, transaksi internal atau mungkin adanya *irregularities* yang lain. Kemudian prinsip *responsibility* berbicara tentang bagaimana perusahaan bertanggungjawab kepada *stakeholder* dan juga lingkungan. Prinsip yang ketiga yaitu *accountability* digunakan untuk menciptakan sistem kontrol yang efektif berdasarkan distribusi kekuasaan pemegang saham, direksi dan komisaris. Kemudian prinsip keempat, yaitu *transparency* mengenai keterbukaan informasi tentang *performance* perusahaan secara tepat waktu dan akurat. Transparansi ini ditunjukkan dengan pengungkapan informasi finansial maupun non finansial. Prinsip dasar *good governance* ini mengharuskan perusahaan untuk memberikan laporan bukan hanya kepada pemegang saham, calon investor, kreditor dan pemerintah semata tetapi juga keadaan *stakeholders* lainnya, seperti masyarakat umum dan karyawan.

Secara umum dari berbagai faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi tanggungjawab sosial perusahaan berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, penulis membagi ke dalam dua kategori yaitu faktor-faktor non-keuangan dan faktor-faktor keuangan. Faktor-faktor non-keuangan diantaranya adalah bagian dari struktur dan mekanisme *good corporate governance* seperti ukuran dewan komisaris, ukuran komite audit, dan struktur kepemilikan seperti

rasio kepemilikan asing, rasio kepemilikan publik, rasio kepemilikan manajerial. Adapun faktor-faktor keuangan diantaranya adalah ukuran perusahaan yang diproksikan dengan nilai total aktiva, profitabilitas dan *leverage*.

Dalam gambar ini menjelaskan bahwa penelitian syariah mengakui dan menjadikan Al-Quran dan Hadits sebagai sumber ilmu pengetahuan dan dasar penelitian. Pendekatan yang digunakan mempertimbangkan aspek penelitian yang lalu, pendekatan teori, riset konvensional dan riset Islami dengan menggunakan *Masudul model*.

Gambar 2.7 Kerangka Pemikiran



Sumber : Diolah oleh penulis

Dalam kerangka konseptual tersebut dapat dijelaskan bahwa karakteristik dari model *Tawhidi String Relation* dan *CSR-Disclosure* hubungan antar variabel tersebut dapat dilihat dalam bentuk *TSR model* :

$$\begin{array}{ccccccc}
 & & & & & & \Omega(Q,S) \\
 P1 & & P2 & & & & \\
 \Omega(Q,S) & \rightarrow & \{\theta\}^* & \rightarrow & X(\theta) & \rightarrow & W(\theta, X(\theta)) \rightarrow \theta_N \rightarrow \Omega
 \end{array}$$

Dan *Social Wellbeing function* subyek to the *Circular Causation* :

Social Wellbeing Function :

$$X1[(\theta)] = f[(ISR, X2, X3, X4] [\Theta]$$

$$X2[(\theta)] = f[(X1, ISR, X3, X4] [\Theta]$$

$$X3[(\theta)] = f[(X1, X2, ISR, X4] [\Theta]$$

$$X4[(\theta)] = f[(X1, X2, X3, ISR] [\Theta]$$

Ringkasan Teori Pengungkapan Informasi Tanggung Jawab Sosial Indeks ISR berbasis TSR, dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Dalam pendekatan syariah dikenal suatu proses *Interaction, Integration and Evolution Process (IIE)*.
2. Choudhury (1999, 1997), *Shuratul Process* adalah suatu proses yang padat dengan tukar menukar pemikiran dan pertimbangan.
3. Choudhury dan Harahap (2004, 2007) dan Harahap (2010) *Circular Causation* dianjurkan dalam analisis ekonomi Islam yang menggunakan model *Tawhidi String Relation (TSR)* dan merupakan pembeda yang perlu diupayakan secara menyeluruh (*kaffah*) terhadap analisis ekonomi lainnya.

Dalam proses 1 merupakan proses dimana Ω merupakan simbol pengetahuan yang berasal dari Al-Qur'an dan Hadis dan dalam proses selanjutnya pengetahuan dan manusia bertemu melalui proses musyawarah (*suratic proses*). Hal ini dilambangkan dengan $X(\theta)$. Dengan pemahaman terhadap hubungan ini manusia dan masyarakat merumuskan tatanan dunia yang berdasarkan pada Al-Qur'an dan Sunnah dan pengetahuan yang mereka miliki. Oleh karenanya melalui interaksi dan integrasi di antara mereka, melalui proses perkembangan secara perlahan tersebut munculah *Social Wellbeing function*, hal ini dikembangkan dengan $W(\theta, X(\theta))$,

sedangkan implementasi dalam Index SR untuk $W(\theta, X(\theta))$ merupakan dampak dari $X(\theta)$, yang dalam penelitian ini meliputi ukuran dewan komisaris, ukuran komite audit, proporsi kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage*, Variabel yang dimasukkan dalam model merupakan variabel yang dapat mempengaruhi *CSR Disclosure* melalui *shuratic proces*. Akhir dari proses 1 dan awal proses 2, adalah proses evolusi dalam TSR sampai akhir zaman dimana kita harus kembali kepada sumber pengetahuan yaitu Al-Qur'an dan Sunnah (omega). Dalam merumuskan teta yang baru (θ), harus diingat kembali proses sebelumnya sehingga kita sebagai manusia dapat tetap berada pada proses yang benar yang sesuai dengan Al-Qur'an dan Sunnah. Hal ini dijelaskan oleh Al-Baqarah ayat 186 dan 156,

وَإِذَا سَأَلَكَ عِبَادِي عَنِّي فَإِنِّي قَرِيبٌ أُجِيبُ دَعْوَةَ الدَّاعِ إِذَا دَعَانِ فَلْيَسْتَجِيبُوا لِي وَلْيُؤْمِنُوا بِي لَعَلَّهُمْ يَرْشُدُونَ ١٨٦

186. Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu tentang Aku, maka (jawablah), bahwasanya Aku adalah dekat. Aku mengabulkan permohonan orang yang berdoa apabila ia memohon kepada-Ku, maka hendaklah mereka itu memenuhi (segala perintah-Ku) dan hendaklah mereka beriman kepada-Ku, agar mereka selalu berada dalam kebenaran (QS : Al-Baqarah : 186)

الَّذِينَ إِذَا أَصَابَتْهُمُ مُصِيبَةٌ قَالُوا إِنَّا لِلَّهِ وَإِنَّا إِلَيْهِ رَاجِعُونَ ١٥٦
 ..”bahwa akhirnya semua urusan kembali kepada Allah. (QS : Al-Baqarah : 156)

2.10 Pengembangan Hipotesis Penelitian

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu seperti yang telah dipaparkan di atas, maka penelitian ini akan mencoba menguji pengaruh *Performance of Financial Reporting, Good Corporate Governance, Halal Lifestyle* dan Audit terhadap pengungkapan CSR. Setelah mengetahui hubungan masing-masing ke empat variabel tersebut dengan pengungkapan CSR, maka hipotesis berikutnya

adalah pengaruh keseluruhan variabel secara bersama-sama dengan pengungkapan indeks CSR, kemudian analisa *circular causation* yang akan menghadirkan perbaikan hubungan kelembagaan, keterpaduan, kerjasama, dan ilmu pengetahuan, untuk menyerap inovasi-inovasi baru agar mampu mendorong nilai koefisien *Polity Market Interaction* memiliki nilai semakin besar. Dengan adanya proses tersebut masing-masing variabel tunduk pada sebab-akibat sirkular (*Circular Causation*) CC1, CC2, CC3. Mereka memiliki prinsip *complimentarity* interkoneksi di antara mereka. Melalui *learning proses* dalam bentuk interaksi, integrasi dan evolusi, mereka saling terkait, berkembang kuat dan membesar secara bersamaan. Tidak ada sektor dan kelembagaan yang tertinggal, tidak ada lembaga yang kelelahan atau dihilangkan. Mereka kembali dan kedepan satu ke yang lain, sinergis, bergerak dan dinamis (Chudhury, 2010).

Dengan rumusan hipotesis sebagai berikut :

2.10.1 Perumusan Hipotesis *Halal Lifestyle* pengaruh positif terhadap *Performance of Financial Reporting*

Halal lifestyle dalam penelitian ini adalah *halal lifestyle* dari perspektif akuntansi syariah (Islam) yaitu tipe perusahaan industri halal di Indonesia dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Halal Lifestyle*, barang dan jasa yang halal berpengaruh terhadap kinerja laporan keuangan tahunan (PER) dengan indikator ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage*. Mengingat perbedaan dalam falsafah/*accounting theory* pengelolaan perusahaan yang akan berimplikasi pada luasnya kinerja laporan keuangan tahunan industri halal tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini diduga *halal lifestyle* akan berpengaruh terhadap *Performance of Financial Reporting*.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis satu yang akan diuji dalam penelitian ini ditulis dalam bentuk alternatif, yaitu :

H1 : *Halal Lifestyle* berpengaruh positif terhadap *Performance of Financial Reporting*

(Mulawarman;2007, Hervita & Fitriisia 2017)

2.10.2 Perumusan Hipotesis *Halal Lifestyle* (HLS) berpengaruh positif terhadap *Good Corporate Governent* (GCG)

Selama ini kebanyakan argumentasi dalam mengelomnisi sistem jaminan halal (SJH) didasarkan pada argumentasi sektarian karena hanya menguntungkan umat agama tertentu yakni umat Islam, di sisi lain merugikan umat agama lain. Secara tekstual bisa frase ‘halal’ memang identik dengan kosa kata sehari-hari kaum muslim. Akan tetapi bila dicermati dan ditelisik lebih jauh masalah ketersediaan berupa sistem atau barang dan jasa yang halal bukan hanya masalah umat islam, akan tetapi persoalan kemanusiaan. Karena dari sistem jaminan halal atau barang dan jasa yang dikonsumsi bermula rantai kehidupan umat manusia hingga lahirnya peradaban bisa ada dan ditentukan kualitasnya. Maka barang dan jasa halal dan thoyyib akan melahirkan generasi manusia yang unggul (Syarifudin & Siradj; 2015).

Pengungkapan performa kinerja finansial perusahaan merupakan *good news* bagi para pelaku pasar. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengungkapkan informasi dan mutu lingkungan agar perusahaan dikatakan memiliki *environmental performance* yang baik. Dari perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan (Verecchia, 1983).

Halal Lifesyle dalam pengelolaan perusahaan yang akan berimplikasi pada baiknya GCG perusahaan, maka hipotesis dalam penelitian ini diduga *halal lifestyle* akan berpengaruh terhadap GCG.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis kedua yang akan diuji dalam penelitian ini ditulis dalam bentuk alternatif, yaitu :

H2 : Hipotesis *Halal Lifestyle* (HLS) berpengaruh positif terhadap *Good Corporate Government* (GCG)

(*sayekti;2015*, Hameed et al. 2004; Jumansyah,Syafei (2013)

2.10.3 Perumusan Hipotesis *Halal Lifestyle* (HLS) terhadap Pengungkapan CSR

Halal lifestyle dalam penelitian ini adalah *halal lifestyle* dari perspektif akuntansi syariah (Islam) yaitu tipe perusahaan listing syariah dan listing non syariah. Di Indonesia perusahaan Halal yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdiri dari dua kategori yaitu perusahaan yang memiliki laporan keuangan independen sebagai entitas atau badan usaha yang terdaftar di Saham Syariah/Pasar Modal Syariah dan perusahaan yang memiliki laporan keuangan independen sebagai entitas atau badan usaha yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tapi belum ter-listing di Saham Syariah/Pasar Modal Syariah. Mengingat perbedaan dalam falsafah pengelolaan perusahaan yang akan berimplikasi pada luasnya pengungkapan informasi CSR dalam kedua bentuk atau *halal lifestyle* tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini diduga *halal lifestyle* akan berpengaruh terhadap pengungkapan informasi CSR yang akan dinyatakan dengan notasi sebagai berikut;

H3 : Hipotesis *Halal lifestyle* berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR - (Santoso, 2011, Mai, 2017, Ma'ruf, 2017)

2.10.4 Perumusan Hipotesis *Performance of Financial Reporting* berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR

Perusahaan diharapkan akan memperoleh legitimasi sosial, dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang dengan menerapkan CSR (Kiroyan 2006). Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR mengharapkan adanya respon positif dari para pelaku pasar atas CSR yang ada. Berdasarkan teori legitimasi dengan memiliki kinerja lingkungan yang tinggi maka pengungkapan akan semakin tinggi, pengungkapan tersebut akan tercantum dalam laporan tahunan sehingga masyarakat dan pelaku pasar modal akan mengetahui kinerja di dalam perusahaan. Penelitian Choi, Kwak dan Choe (2010) menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara CSR dan PER. Sementara itu, penelitian Siegel dan Paul (2006) menunjukkan bahwa aktivitas CSR memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap efisiensi, perubahan teknikal, dan skala ekonomi perusahaan. Menurut McGuire, et al. (1998) dalam Dahlia dan Veronica (2008), aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan terbukti dapat meningkatkan reputasi, sehingga memperbaiki hubungan dengan pihak bank, investor, maupun lembaga pemerintahan, dan perbaikan hubungan tersebut tercermin pada keuntungan ekonomi perusahaan. Selanjutnya, Godfrey, et al. (2006) dalam Sayekti (2011) berpendapat bahwa ada "jarak" antara perusahaan dan stakeholders-nya (baik secara konseptual maupun secara fisik) sehingga ada lagi waktu antara action, response, dan perubahan kinerja perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian Dahlia dan Veronica (2008) yang menunjukkan bahwa tingkat

pengungkapan CSR dalam laporan keuangan perusahaan memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap kinerja perusahaan (ROE) pada tahun berikutnya. Berdasarkan beberapa hal tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H4 : Hipotesis *Performance of Financial Reporting* berpengaruh positif terhadap *Social Responsibility*.

Belkaoui & Krapik (1989); Cowen., et. al (1987); Sembiring (2005); dan Anggraeni (2005).

2.10.5 Perumusan Hipotesis *Good Corporate Governant (GCG) berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR*

Khan, et. Al (2012) menjelaskan bahwa investor asing sewajarnya mempunyai nilai dan pengetahuan yang berbeda karena disiplin dan pengalaman dipasar modal asing. Oleh karena itu, perusahaan yang dimiliki pihak asing diharapkan untuk menyediakan laporan yang lebih banyak termasuk laporan sosial dan lingkungan untuk pengambilan keputusan. Tanimoto dan Suzuki (dalam Novita, et. al, 2008) membuktikan bahwa kepemilikan asing di perusahaan publik di Jepang menjadi faktor pendorong penggunaan GRI Index dalam pengungkapan sosial. Novita, et. al, (2008) membuktikan bahwa kepemilikan asing di perusahaan publik di Jepang menjadi faktor pendorong penggunaan GRI Index dalam pengungkapan sosial. Novita et. al juga berkesimpulan bahwa negara-negara asing cenderung lebih perhatian terhadap aktivitas serta pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Kesimpulan yang didapat adalah kepemilikan publik mempunyai hubungan dengan luas pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Berdasarkan pemikiran tersebut hipotesis yang hendak diuji dalam penelitian ini juga diduga jumlah presentasi kepemilikan salah oleh asing akan berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR dilaporan tahunan perusahaan.

Pihak manajerial adalah pihak yang menjalankan perusahaan. Menurut Nuriningsih (2005) dalam Aminah dan Rahmi (2008), berpendapat bahwa manajer mendapatkan kesempatan untuk terlibat dalam kepemilikan saham dengan tujuan untuk mensterilkan dengan pemegang saham agar dapat menghasilkan kinerja yang lebih baik. Menurut Jensen dan Meckling (1976) kepemilikan insider dipandang dapat menyamakan kepentingan antara pemilik dan manajer, sehingga semakin tinggi kepemilikan insider akan semakin tinggi pula nilai perusahaan

Berdasarkan pemikiran tersebut hipotesis yang hendak diuji dalam penelitian ini juga diduga jumlah presentasi kepemilikan manajerial dan asing akan berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR dilaporan tahunan perusahaan. Hipotesisnya dinyatakan sebagai berikut ;

H5 : Hipotesis *Good Corporate Government (GCG)* berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR

Haniffa dkk (2004) ; Sembiring (2005); Anggraini (2006); Sayekti dan Wondabio, (2007). Farook & Lanis (2005).

2.10.6 Perumusan Hipotesis Audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR

Komite audit adalah bagian yang terpenting dalam struktur GCG untuk membantu tugas-tugas Dewan Komisaris melakukan pengawasan terhadap kinerja manajemen dalam mengevaluasi laporan manajemen. Komite audit biasanya dipimpin oleh anggota komisaris independen yang telah ditunjuk. Pentingnya peran dan tugas komite audit dalam proses evaluasi laporan keuangan perusahaan dinilai

strategis mulai dari seleksi kantor akuntan publik yang akan melakukan audit terhadap laporan keuangan perusahaan, merekomendasikan KAP yang terseleksi, memberikan analisa terhadap hasil laporan keuangan dan hasil audit, memberikan catatan dan memberikan rekomendasi tentang keputusan bagi Dewan komisaris. Hal-hal inilah yang dianggap penting sehingga diduga pengaruh komite audit terhadap pengungkapan informasi CSR dianggap ada dan positif. Adapun pengaruhnya dirumuskan dengan notasi sebagai berikut :

H6 : Hipotesis *Audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR - (Lemus ; 2016, Digabriele; 2014)*

2.10.7 Perumusan Hipotesis *Halal Lifesytle, Audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR*

Sebagai variabel bebas dalam penelitian ini maka dapat ditarik suatu kesimpulan hipotesis bahwa terdapat pengaruh *halal lifestyle* dan audit terhadap pengungkapan informasi CSR.

H7 : Hipotesis *Halal Lifesytle, Audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR -(Lemus ; 2016, Digabriele; 2014)*

2.10.8 Perumusan Hipotesis *Halal Lifesytle, Good Corporate Government (GCG) berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR.*

Sebagai variabel bebas dalam penelitian ini maka dapat ditarik suatu kesimpulan hipotesis bahwa terdapat pengaruh *halal lifestyle* dan *Good Corporate Government (GCG)* terhadap pengungkapan informasi CSR.

H8 : Hipotesis *Halal Lifesytle, Audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR*

Haniffa dkk (2004) ; Sembiring (2005); Anggraini (2006); Sayekti dan Wondabio, (2007).
Farook & Lanis (2005). (*Lemus ; 2016, Digabriele; 2014*)

2.10.9 Perumusan Hipotesis *Halal Lifesytle, Performance of Financial Reporting berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR*

Sebagai variabel bebas dalam penelitian ini maka dapat ditarik suatu kesimpulan hipotesis bahwa terdapat pengaruh *halal lifestyle* dan *Performance of Financial Reporting* terhadap pengungkapan informasi CSR.

H9 : Hipotesis *Halal Lifesytle, Performance of Financial Reporting berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR*

Belkaoui & Krapik (1989); Cowen., et. al (1987); Sembiring (2005); dan Anggraeni (2005).

Keterampilan manajemen perlu dipertimbangkan untuk selalu *survive* dalam lingkungan masa kini (*Cowen et.al.,1987*), dan menyatakan bahwa *profitabilitas* besar, *laverege* turun serta *size* naik maka factor yang memberikan kebebasan dan flesibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertnggungjawaban sosial kepada pemegang saham terbuka. Hal ini semakin tinggi tingkat PER perusahaan maka semakin besar pengungkapan pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan.

2.10.10 Perumusan Hipotesis dampak *Complementary* dalam *circulair causation Halal Lifesytle, Performance of Financial Reporting, Good Corporate Government (GCG) dan Audit dengan pengujian TSR dalam pengungkapan informasi CSR*

H10 : Terdapat dampak *Complementary* dalam *Halal Lifesytle, Performance of Financial Reporting, Good Corporate Government (GCG) dan Audit dengan pengujian TSR dalam pengungkapan informasi CSR*

Karena penelitian ini merupakan penelitian dengan prespektif Islam atau *Tawhidi Ephemology Approach*, maka dalam model tersebut tidak dibedakan antara vairabel dependen dan independen, dimana model ini, variabel yang diamati akan saling berhubungan berpengaruh (Choudhury, 1995; 95) dari model tersebut akan muncul *IIE* yaitu adanya interaksi, intergrasi dan evolusi dari variabel-variabel yang diteliti, dimana *IIE* merupakan suatu proses yang didapat dari kombinasi-kombinasi yang speksifik dari ilmu pengetahuan dari model yang disajikan dengan menyatukan kondisi yang realistik.

Adapun hipotesa yang dibangun dalam penelitian ini adalah :

pertama, bila pengungkapan informasi sosial secara proposional diterapkan pada perusahaan industri halal dan di-ungkapkan di laporan keuangan tahunan, maka *Performance of Financial Reporting, Good Corporate Governace* dan Audit secara Halal, maka perusahaan industri halal akan baik.

Kedua, bila *Performance of Financial Reporting, Good Corporate Governace* dan Audit secara Halal dan terbangun dengan baik, maka pengungkapan informasi sosial juga menjadi baik.

Ketiga, bila pengungkapan informasi sosial menjadi baik, maka pertumbuhan perusahaan industri halal menjadi baik.

Keempat, bila pertumbuhan perusahaan industri halal menjadi baik, maka kesejahteraan stakeholder, manajerial, karyawan, dan masyarakat menjadi baik, meningkat pendapatannya.

Kelima, bila kesejahteraan stakeholder, manajerial, karyawan, masyarakat, dan perekonomian indonesia menjadi baik dengan meningkat pendapatannya, maka perekonomian indonesia dan kesejahteraan yang diharapkan bagi Rakyat Indonesia.

Keenam, bila perekonomian indonesia dan kesejahteraan yang diharapkan bagi Rakyat Indonesia tercapai, maka tercapailah ketenangan hidup dan kehidupan lahir bathin, pribadi, keluarga, dan masyarakat yang mencita-citakan hidup selamat dan bahagia dunia akhirat, *baldatun toyyibatun wa robbun ghofur*.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Menurut Sekaran (2003 : 117-118) beberapa aspek penting dalam penelitian antara lain adalah sifat studi, tingkat intervensi, unit analisis dan horison waktu, yang dapat diuraikan sebagai berikut :

Dilihat dari sifat studi, penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif causal/kuantitatif method menggunakan model statistik SEM (*Structural Equation Modeling*). Data berasal dari data sekunder dan pengolahan data penelitian ini didukung dengan menggunakan *software SPSS for Windows R. 10.05* dibantu dengan *software Microsoft Excel* untuk desain grafis dan tabel. Metode ini menurut Sugiono (2008) bertujuan untuk menganalisis hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya, variabel mempengaruhi variabel lainnya. Dimana variabel independen yaitu; variabel PER dengan indikator Ukuran Perusahaan, *Profitabilitas*, dan *Leverage*, variabel GCG dengan indikator Ukuran Dewan Komisaris, Ukuran Komite Audit, Kepemilikan Asing, Kepemilikan Manajerial, dan variabel Audit, sedangkan variabel dependennya yaitu; Pengungkapan tanggungjawab informasi sosial (CSR), serta *Halal Lifesytle* merupakan variabel mediating.

Tingkat intervensi dalam penelitian ini sangat minim. Penelitian dilakukan dengan cara *non contrivied setting* tanpa intervensi dengan pekerjaan rutin yang normal. Sedangkan unit analisis penelitian adalah laporan keuangan industri Halal di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini termasuk studi *pooling*, data diperoleh dari Bursa Efek

Indonesia yang dipublikasi laporan tahunan yang lengkap sejak tahun 2012 sampai dengan tahun tahun 2016.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel penelitian ini adalah seluruh laporan tahunan perusahaan industri Halal baik yang listing di saham syariah atau belum listing di saham syariah. Adapun sampel yang dipilih adalah industri Halal yang dipublikasi laporan tahunan yang lengkap sejak tahun 2012 sampai dengan tahun 2016. Perusahaan industri yang tidak memiliki laporan tahunan atau kurang dari 5 tahun terakhir dan barang jasa halal dikeluarkan dari sampel. Sampel yang akan diteliti dipilih secara *purposive stratified sampling* yaitu memilih sampel berdasarkan tujuan yaitu klasifikasi yang mewakili populasi, misalnya pada klasifikasi besaran perusahaan, akan dipilih yang mewakili perusahaan industri Halal. Periode 5 tahun dipilih karena merupakan data terbaru yang bisa diperoleh dan diharapkan dengan periode waktu 5 tahun akan diperoleh hasil yang baik dalam menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi CSR. Perusahaan dipilih karena merupakan perusahaan yang relatif lebih banyak menerapkan pengungkapan informasi CSR dibandingkan industri lainnya.

Sampel dipilih dengan metode *purposive stratified sampling*, dengan harapan peneliti mendapatkan informasi dari kelompok sasaran spesifik (Sekaran, 2003).

Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam penelitian sampel adalah :

1. Perusahaan yang berstatus sebagai perusahaan industry Halal yang beroperasi sejak tahun 2012-2016.
2. Perusahaan yang sudah IPO (terdaftar di BEI/IPO)
3. Perusahaan indutri halal yang ter-listing di saham syariah dan belum ter-listing di saham syariah.

4. Perusahaan industri yang dipublikasikan laporan tahunan lengkap termasuk pengungkapan sosial dan tersedia untuk publik.

Setelah melakukan observasi awal penulis mendapat gambaran populasi dan sampel seperti terlihat dalam (*Lihat Tabel 3.1*). Jumlah perusahaan industri Halal adalah 44 perusahaan yang telah memperoleh ijin sebagai unit usaha/perusahaan Terbuka /IPO yang terdaftar di BAPEPAM yang wajib memberikan laporan keuangan tahunan dan diaudit oleh Kantor Akuntan Publik. Atas dasar inilah maka laporan keuangan diambil sebagai sampel penelitian. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 44 perusahaan X 5 Tahun menjadi 220 Laporan Tahunan.

Tabel 3.1

Gambaran populasi dan sampel

No	Kode	Nama Perusahaan	Industry Sector
1	AALI	ASTRA AGRI LESTARI PT	Plantation
2	ACES	ACE HARDWARE INDONESIA PT	Retail Trade
3	ACST	ACST INDONUSA PT	Building Construction
4	ADHI	ADHI KARYA (PERSERO) PT	Building Construction
5	ADRO	ADARO ENERGY PT	Coal Mining
6	ADES	AKASHA WIRA INTERNATIONAL PT	Cosmetics And Household
7	AISA	TIGA PILAR SEJAHTERA FOOD PT	Food And Beverages
8	ALKA	ALAKASA INDUSTRINDO PT	Metal And Allied Products
9	ALMI	ALUMINDO LIGHT METAL INDUSTRY PT	Metal And Allied Products
10	ANTM	ANEKA TAMBANG PERSERO PT	Metal And Mineral Mining
11	APEX	APEXINDOMPRATAMA DUTA PT	Crude Petroleum & Natural
12	APLI	ASIAPLAST INDUSTRIEST PT	Plastics & Packaging
13	APOL	ARPENI PRATAMA OCEAN LINE PT	Transportation
14	ARGO	ARGO PANTES PT	Textile, Garment
15	ARNA	ARWANA CITRA MULIA PT	Ceramics, Glass, Porcelain
16	ARTI	RATU PRABU ENERGY PT	Mining
17	ASGR	ASTRA GRAPHIA PT	Computer And Services
18	ASII	ASTRA INTERNATIONAL PT	Automotive And Components
19	ASSA	ADI SARANA ARMADA PT	Transportation
20	AUTO	ASTRA OTOPARTS PT	Automotive And Components
21	BISI	BISI INTERNATIONAL PT	Crops

22	BLTA	BERLIAN MAJU TANKER PT	Transportation
23	BRAMS	INDO KORDSA PT	Automotive And Components
24	BRNA	BERLINA PT	Plastics & Packaging
25	BRPT	BARITO PACIFIC PT	Chemicals
26	BTEL	BAKRIE TELECOM PT	Telecommunication
27	BUMI	BUMI RESOURCES PT	Coal Mining
28	CLPI	COLORPAK INDONESIA PT	Trade, Services & Investment
29	CMNP	CITRA MARGA NUSAPHALA PERSADA PT	Infrastructure, Utilities
30	CMPP	CENTRIS MULTI PERSADA PRATAMA PT	Miscellaneous Industry
31	CNTX	CENTURY TEXTILE INDUSTRY PT	Miscellaneous Industry
32	CPIN	CHAROEN POKPHAND INDONESIA PT	Basic Industry and Chemicals
33	CPRO	CENTRAL PROTEINAPRIMA PT	Agriculture
34	CSAP	CATUR SENTOSA ADIPRANA PT	Trade, Services & Investment
35	CTRA	CIPUTRA DEVELOPMENT PT	Property And Real Estate
36	CTTH	CITATAH INDUSTRI MARMER PT	Mining
37	DILD	INTILAND DEVELOPMENT PT	Property And Real Estate
38	DKFT	CENTRAL OMEGA RESOURCES PT	Mining
39	DLTA	DELTA DJAKARTA PT	Consumer Goods Industry
40	DOID	DELTA DUNIA MAKMUR PT	Mining
41	DPNS	DUTA PERTIWI NUSANTARA PT	Basic Industry and Chemicals
42	DUTI	DUTA PERTIWI PT	Property And Real Estate
43	DVLA	DARYA VARIA LABORATORIA PT	Consumer Goods Industry
44	ELSA	ELNUSA PT	Mining

Sumber : Diolah

3.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang berasal dari laporan tahunan perusahaan industri Halal yang bisa diperoleh melalui publikasi situs Bursa Efek Indonesia periode laporan tahun 2012-2016. Alasan dipilihnya periode waktu tersebut karena laporan tahunan pada periode tahun 2012-2016 merupakan data terbaru yang dapat mewakili informasi terkini.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode studi dokumentasi, dengan mendapatkan data berupa laporan tahunan yang

telah dikeluarkan oleh perusahaan industri halal pada periode tahun 2012-2016.

Data tersebut diperoleh melalui situs yang dimiliki oleh Bursa Efek Indonesia.

3.5 Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variabel penelitian adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah indeks pengungkapan informasi tanggungjawab sosial (indeks CSR) yang diukur dengan indeks ISR (*Islamic Social Reporting*). Sementara beberapa variabel independen yaitu; variabel PER dengan indikator Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage*, variabel GCG dengan indikator Ukuran Dewan Komisaris, Ukuran Komite Audit, Kepemilikan Asing, Kepemilikan Manajerial, dan variabel Audit, sedangkan variabel dependennya yaitu; Pengungkapan tanggungjawab informasi social (CSR), serta Halal Lifestyle merupakan variabel *mediating*.

Berdasarkan pada pendekatan penelitian yang bersifat kuantitatif dan hipotesis dibangun, maka terdapat beberapa variabel yang digunakan. Hal ini dapat dilihat pada (*Lihat Tabel 3.2*).

Tabel 3.2 Variabel Penelitian dan Pengukuran

No.	Nama Variabel	Jenis Variabel	Dimensi Pengukurannya	Proxy	Skala Pengukuran
1	Indeks ISR	Dipenden	<ol style="list-style-type: none"> Pilosofi yang mendasari dan tata nilai, Instrumen bebas bunga, gharar, maysis, dan dhulm, Pengembangan sosial dan kemasyarakatan, Lingkungan Kerja dan alam, Managemen Profile & SDMS Dimensi Pegawai & Peminjam, 	99 item dengan skor 0 tanpa pengungkapan informasi, skor 1 ada tapi kurang lengkap, skor 2 dengan pengungkapan lengkap dengan total tertinggi 198 atau 100%/1	Rasio

7. Dimensi “wellbieng”/falah dan kesejarhteraan

2	Ukuran Dewan Komisaris	Independen GCG	Struktur dan Mekanisme GCG dari faktor Non keuangan	Jumlah anggota	Nominal
3	Ukuran Komite Audit	Independen GCG	Struktur dan Mekanisme GCG dari faktor Non keuangan	Jumlah anggota	Nominal
4	Kepemilikan Asing	Independen GCG	Struktur dan Mekanisme GCG dari faktor Non keuangan	Jumlah saham asing disbanding total saham beredar	Rasio
5	Kepemilikan Manajerial	Independen GCG	Struktur dan Mekanisme GCG dari faktor Non keuangan	Jumlah saham direksi, komisaris dan pegawai disbanding total saham beredar	Rasio
6	Halal lifestyle	Independen Moderating	Katagori listing BSS dan belum listing BSS	Dummy variabel; 1 untuk BSS dan 0 untuk non BSS	Rasio
7	Ukuran Perusahaan	Independen PER	Dimensi keuangan	Total aktiva	Rasio
8	Profitabilitas	Independen PER	Dimensi keuangan	ROE/ROA	Rasio
9	Leverage	Independen PER	Dimensi keuangan	DER	Rasio
10	Audit	Independen Audit	Katagori KAP Big 5, KAP Big 10, KAP Big 21 dan KAP >21	1 untuk Big 5 2 untuk Big 10 3 untuk Big 21	Nominal

3.5.1 Indeks Pengungkapan CSR (Y) dengan ISR Index

Indeks pengungkapan CSR yang diukur dengan Indeks ISR adalah data yang diungkapkan perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosial yang dilakukannya (Hackston dan Milne, 1996). Sedangkan definisi operasional praktek pengungkapan sosial yang diterapkan dalam penelitian ini adalah banyaknya item-item pengungkapan sosial yang diungkapkan dalam laporan tahunan yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Variabel Indeks ISR perusahaan diukur dengan metode *content analysis*. *Content Analysis* adalah suatu metode pengkodefikasian teks dari ciri-ciri yang sama untuk situasi dalam berbagai kelompok (kategori) tergantung pada kriteria yang ditentukan, Guthrie, *et. al.* (2003). Agar *content analysis* dapat dilaksanakan dengan cara *replicable* maka dapat dilakukan salah satunya dengan cara *checklist*. *Checklist* dilakukan dengan melihat pengungkapan informasi CSR berdasarkan ISR Indeks yang dikembangkan oleh AAOIFI dengan 3 dimensi pengukuran dan 7 kategori ditambah dengan dimensi ke 4 yaitu dimensi wellbeing merujuk kepada teori muamalah TSR dengan total 99 item pengungkapan. Berbeda dengan penelitian yang umum dilakukan untuk pengungkapan CSR seinklusi cara konvensional yang terbagi dalam 7 kategori yang disebutkan oleh Heckston dan Milne (1996), yaitu : lingkungan, energi, kesehatan, dan keselamatan tenaga kerja, lingkungan tempat bekerja, tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum.

Item pengungkapan dalam penelitian ini kemudian dinyatakan dalam bentuk indeks pengungkapan informasi CSR atau indeks ISR. Apabila item pengungkapan

tersebut ada dalam laporan tahunan perusahaan maka diberi skor 1 untuk kategori ada tetapi tidak lengkap dan skor 2 untuk kategori ada dan lengkap, adapun jika item pengungkapan tersebut tidak ada dalam laporan tahunan perusahaan maka diberi skor 0. Dapat **dilihat tabel 3.3** Pengukuran Pengungkapan CSR dengan ISR Indeks.

3.5.1.1 Metode Skoring ISR Index

Indeks ISR yang dikembangkan oleh AAOIFI diukur berdasarkan beberapa dimensi pendekatan dengan tetap mempertahankan dimensi *triple bottom line* yaitu *people* (sosial), *Planet* (lingkungan), dan *Profit* (ekonomi) dengan ditambah 3 dimensi lain yang berhubungan dengan filosofi dan tata nilai Islami, kepatuhan syariah dalam produk-produk yang dihasilkan, dan 1 dimensi baru yaitu aspek *wellbieng* merujuk ke teori muamalah dan TSR. Ada sedikit perbedaan dibandingkan dengan dimensi pengukuran CSR secara konvensional yaitu dengan pendekatan beberapa dimensi :

- a. Investasi dan Keuangan
- b. Tata Kelola Organisasi
- c. Produk dan Jasa
- d. Tenaga Kerja
- e. Sosial
- f. Lingkungan

Selanjutnya penilaian yang dilakukan adalah menggunakan *scoring* dimana; skor 0 jika tidak ada pengungkapan terkait item yang ditentukan dan skor 1 jika ada pengungkapan terkait item tersebut tetapi kurang lengkap dan skor 2 apabila semua informasi yang dibutuhkan dianggap lengkap.

3.5.2 *Good Corporate Governance (X1)*

Variabel independen GCG tersebut diikuti dengan 4 indikator yakni ukuran dewan komisaris, ukuran komite audit, kepemilikan manajerial, kepemilikan asing sebagai berikut :

3.5.2.1 *Ukuran Dewan Komisaris*

Ukuran dewan komisaris (UDK) yang dimaksud disini adalah banyaknya jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan Ukuran dewan komisaris dalam penelitian ini adalah konsisten dengan Sembiring (2005) yaitu dilihat dari banyaknya jumlah anggota dewan komisaris perusahaan. Pengukurannya dengan menggunakan skala nominal.

Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus :

$$UDK = \sum \text{anggota dewan komisaris}$$

3.5.2.2 *Ukuran Komite Audit*

Ukuran komite audit adalah banyaknya jumlah anggota komite audit dalam suatu perusahaan. Biasanya komite audit diketuai oleh salah seorang komisaris independen. Ukuran komite audit umum diteliti sebagai bagian dari struktur dan mekanisme GCG. Hal ini juga konsisten dengan Anggraini (2006) yaitu dilihat dari banyaknya jumlah anggota komite audit dalam suatu perusahaan.

Pengukurannya dengan menggunakan skala nominal. Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus :

$$UKA = \sum \text{anggota komite audit}$$

3.5.2.3 Kepemilikan Asing

Variabel kepemilikan asing diukur dari jumlah kepemilikan saham investor asing dalam suatu perusahaan dibagi dengan total saham yang beredar. Hasil yang akan diperoleh akan memberikan gambaran persentase dalam yang dimiliki. Perhitungan secara manual tetap perlu dilakukan sekalipun dalam profile perusahaan biasanya ditampilkan diagram struktur kepemilikan saham. Pengukurannya dengan menggunakan skala rasio. Secara sederhana pengukurannya menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KA = \frac{\sum \text{saham yang dimiliki asing}}{\sum \text{saham beredar}}$$

3.5.2.4 Kepemilikan Manajerial

Variabel kepemilikan manajerial diukur dari jumlah kepemilikan saham anggota direksi maupun komisaris ditambah dengan saham-saham dalam program ESOP (*employess stock ownership program*) dalam suatu perusahaan dibagi dengan total saham yang beredar. Hasil yang diperoleh akan memberikan gambaran persentase saham yang dimiliki. Perhitungan secara manual tetap perlu dilakukan sekalipun dalam profile perusahaan biasanya ditampilkan diagram struktur kepemilikan saham. Hal ini untuk mendapatkan keakuratan data. Secara sederhana pengukurannya menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KM = \frac{\sum \text{saham yang dimiliki manajemen}}{\sum \text{saham beredar}}$$

3.5.3 Halal lifestyle (X2)

Variabel *halal lifestyle* diukur dengan yaitu cukup dengan notasi pembeda antara perusahaan halal ter-listing di bursa saham syariah dengan perusahaan yang belum ter-listing di bursa saham syariah. Dalam penelitian ini perusahaan ter-listing di bursa saham syariah dengan skor 1 dengan perusahaan yang belum ter-listing di bursa saham syariah dengan skor 0.

3.5.4 Performance of Financial Reporting (X3)

Variabel independen PER tersebut diikuti dengan 3 indikator yakni ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage*, sebagai berikut :

3.5.4.1 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat dikalsifikasikan besar kecilnya perusahaan. Menurut Hecston dan Milne (1996) dari beberapa penelitian, ukuran perusahaan dapat diukur dengan jumlah karyawan, total nilai aset, volume penjualan, atau peringkat indeks. Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat ukuran perusahaan adalah total aktiva. Dalam penelitian ini variabel ukuran perusahaan disajikan dalam bentuk logaritma, karena nilai dan sebarannya yang besar dibandingkan variabel yang lain. Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus:

$$\begin{aligned} \text{SIZE} &= \text{Total aktiva} \\ \text{SIZE} &= \sum \text{total aktiva perusahaan} \end{aligned}$$

3.5.4.2 Profitabilitas

Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Terdapat beberapa ukuran untuk menentukan profitabilitas perusahaan, yaitu;

return of equity atau *ROE* (Heckston dan Milne, 1996), *return on assets* (Belkaoui dan Karpik, 1989; Heckston dan Milne, 1996), *earning per share* (Sembiring, 2005), *net profit margin* (Anggraeni, 2006). Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur profitabilitas perusahaan ini adalah *Return on Equity* (ROE). *Return on Equity* (ROE) merupakan ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan modal kerja atau ekuitas yang dimilikinya.

Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Ekuitas}}$$

3.5.4.3 Leverage

Leverage dapat diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya, dengan demikian *leverage* juga mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan, Sembiring (2005). Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat *leverage* adalah *Debt To Equity* (DER). Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus:

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Equity pemegang saham}}$$

3.5.5 Audit

Ukuran audit independen dimana audit independen ditunjuk oleh komite audit untuk tujuan melaksanakan pemeriksaan umum atas laporan keuangan tahunan secara independen, dengan adanya ini memperkuat kepercayaan kepada *stakeholder/publik* kepada industri halal dan terlihat konsistensi dalam GCG (Anggraini, 2006).

Selanjutnya penilaian yang dilakukan adalah menggunakan *scoring* dimana; Skor 1 jika diaudit oleh KAP *Big Five*; Skor 2 jika diaudit oleh KAP *Big Ten*; Skor 3 jika diaudit oleh KAP *Big Twenty*; dan skor 4 jika diaudit oleh KAP lokal.

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif didefinisikan merupakan suatu metode dalam mengorganisir dan menganalisis data kuantitatif, sehingga diperoleh gambaran yang teratur mengenai suatu kegiatan. penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif causal/kuantitatif method menggunakan model statistik SEM. Data berasal dari data sekunder dan pengolahan data penelitian ini didukung dengan menggunakan *software SPSS for Windows R. 10.05* dan LISREL 8.8 dibantu dengan *software Microsoft Excel* untuk desain grafis dan tabel.. Metode ini menurut Sugiono (2008) bertujuan untuk menganalisis hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya, variabel mempengaruhi variabel lainnya.

Rencana penelitian ini akan dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Dengan menggunakan alat ukur yang tepat untuk mengumpulkan data, maka penyimpangan atau kesalahan akan dapat dihindarkan.

3.6.2 Metode Pengolahan Data dengan SPSS

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *software SPSS for Windows R. 10.05* sebagai salah satu sarana pengolahan data. SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) adalah sebuah program komputer yang digunakan untuk membuat analisis statistika. Peneliti menggunakan salah satu aplikasi dalam SPSS sebagai pengolahan data awal, yaitu mengolah data pre-test untuk mengukur reliabilitas dan

validitas item-item data penelitian. Selanjutnya peneliti menggunakan aplikasi *statistic descriptive* untuk mengolah data demografi responden.

3.6.2.1 Factor Analysis

Untuk menguji validitas, peneliti menggunakan factor analysis berdasarkan variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini. Persyaratan untuk uji validitas, yaitu nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO- MSA) > 0,5.

3.6.3 Pengolaan Data dengan SEM

Untuk mengolah data responden, peneliti akan menggunakan SEM dengan program *Lisrel 8.80. Structural Equation Modeling* (SEM) merupakan suatu teknik statistik yang mampu menganalisis variabel laten, variabel teramati, dan kesalahan pengukuran secara langsung. SEM mampu menganalisis hubungan antara variabel laten dengan variabel indikatornya, hubungan antara variabel laten yang satu dengan variabel laten yang lain, dan juga untuk mengetahui besarnya kesalahan pengukuran (Wijanto, 2008).

Dalam penelitian ini, tahapan-tahapan yang harus dilalui dalam pengolahan data dengan *Lisrel*, yaitu uji normalitas, *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), dan *Second Order Confirmatory Factor Analysis* (2nd CFA). Karena variabel teramati tidak dapat diukur secara langsung, maka peneliti menggunakan 2nd CFA agar variabel teramati dapat diukur secara langsung. Pada 2nd CFA, variabel-variabel laten endogen, yaitu *perceived value*, *satisfaction*, *involvement*, dan *behavioral*

intentions akan menjadi variabel teramati dari variabel laten eksogen *service quality*.

3.6.3.1 Uji Normalitas

Normalitas merupakan bentuk suatu distribusi data pada suatu variabel metrik tunggal dalam menghasilkan distribusi normal (Hair, 2006). Peneliti akan menggunakan nilai statistik *z* untuk *Skewness* dan *Kurtosis* dalam pengujian dilanggar atau tidaknya asumsi normalitas. Jika nilai *z* adalah signifikan (kurang dari 0,05 pada tingkat 5% maka dapat dikatakan bahwa distribusi data tidak normal. Sebaliknya, jika nilai *z* tidak signifikan (lebih besar dari 0,05), maka distribusi data adalah normal.

3.6.3.2 Metode Estimasi

Metode estimasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Maximum Likelihood*. *Maximum Likelihood* mempunyai beberapa karakteristik yang penting dan karakteristik ini adalah asimptotik sehingga berlaku untuk sampel yang besar (Bollen, 1989 dalam Wijanto, 2008). Pertama, walaupun estimator tersebut mungkin bias untuk sampel kecil, *Maximum Likelihood Estimator* secara asimptotik tidak bias. Kedua, *Maximum Likelihood Estimator* adalah konsisten. Ketiga, *Maximum Likelihood Estimator* adalah *asymptotically efficient*, sehingga diantara estimator yang konsisten, tidak ada yang mempunyai *asymptotic variance* lebih kecil. Dan distribusi dari estimator mendekati distribusi normal ketika ukuran sampel meningkat.

Maximum Likelihood Estimator akan menghasilkan estimasi parameter yang efisien, valid, dan *reliable* jika data yang digunakan adalah *multivariate normality* dan akan *robust* (tidak terpengaruh/kuat) terhadap penyimpangan *multivariate normality* yang *moderate*. Tetapi estimasi pada *Maximum Likelihood* akan bias jika pelanggaran terhadap *multivariate normality* sangat besar (Ghozali, 2008).

Bentler dan Chou (1987) dalam Wijanto (2008) menyarankan bahwa paling rendah rasio 5 responden per variabel teramati akan mencukupi untuk distribusi normal ketika sebuah variabel laten mempunyai beberapa indikator (variabel teramati). Berdasarkan hal ini, maka sebagai *rule of thumb*, ukuran sampel yang diperlukan untuk estimasi *Maximum Likelihood* adalah minimal 5 responden untuk setiap variabel teramati yang ada di dalam model.

Maximum Likelihood Estimator akan memberikan hasil yang valid dengan ukuran sampel sebanyak 50, namun ukuran sampel sekecil ini tidak dianjurkan. Walaupun tidak ada ukuran sampel yang standar, ukuran sampel yang dianjurkan dan secara umum diterima untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan penggunaan *Maximum Likelihood* adalah 100-200 sampel (Hair, 2006).

3.6.3.3 Confirmatory Factor Analysis (CFA)

Confirmatory Factor Analysis merupakan bentuk model pengukuran yang menunjukkan sebuah variabel laten diukur oleh satu atau lebih variabel-variabel teramati (Wijanto, 2008). Tahap-tahap yang harus dilakukan dalam CFA tingkat pertama adalah sebagai berikut.

3.6.3.3.1 Spesifikasi Model

Tahap ini berkaitan dengan pembentukan model awal persamaan struktural sebelum dilakukan estimasi. Model awal ini diformulasikan berdasarkan suatu teori atau penelitian sebelumnya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model penelitian Lai dan Chen (2011).

3.6.3.3.2 Analisis Offending Estimates

Analisis awal ini harus dilakukan untuk memastikan tidak terdapat *offending estimates* (nilai-nilai yang melebihi batas yang dapat diterima) dari hasil estimasi tingkat pertama CFA. Kriteria analisisnya adalah sebagai berikut.

- *Offending estimates*, terutama adanya *negative error variances* (dikenal dengan *heywod cases*). Jika ada varian kesalahan negatif, maka varian kesalahan tersebut perlu ditetapkan menjadi 0,005 atau 0,01.
- *Nilai standardized loading factor* > 1 .
- *Standard errors* yang berhubungan dengan koefisien-koefisien yang diestimasi mempunyai nilai yang besar.

3.6.3.3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Teramati

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah indikator yang digunakan dapat menjelaskan variabel laten. Menurut Sitinjak dan Sugiarto (2006), validitas berhubungan dengan apakah suatu variabel mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini, validitas menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi atau arti sebenarnya yang diukur. Suatu instrumen penelitian dianggap valid jika informasi yang ada pada tiap indikator berkorelasi erat dengan informasi dari indikator-indikator tersebut sebagai suatu kesatuan.

Uji validitas model pengukuran dilakukan dengan memeriksa apakah (a) *t-value* dari *standardized loading factors* dari variabel teramati dalam model memenuhi syarat yang baik, yaitu lebih besar dari nilai kritis (≥ 1.96) dan (b) *standardized loading factors* dari variabel-variabel teramati dalam model telah memenuhi syarat yang baik, yaitu $\geq 0,70$. Igbaria et al. (1997) menyatakan bahwa *standardized loading factors* $\geq 0,50$ adalah sangat signifikan tetapi $\geq 0,30$ maka variabel terkait bisa dipertimbangkan untuk tidak dihapus. *Standardized loading* dapat diperoleh secara langsung dari output program LISREL. e_j adalah *measurement error* untuk setiap indikator atau variabel teramati (Fornel dan Larker, 1981 dalam Wijanto, 2008).

Hair (2006) menyatakan bahwa meskipun syarat nilai *Construct Reliability* (CR) yang baik adalah $\geq 0,70$, akan tetapi apabila nilai CR berada di kisaran angka 0,60 dan 0,70, maka reliabilitas masih termasuk dalam kategori baik. Hair juga menyatakan bahwa nilai VE $\geq 0,50$ merupakan ukuran yang baik dalam mengukur reliabilitas. Tetapi VE ini biasanya berupa pilihan (*optional*) dalam penelitian. Jadi, boleh digunakan ataupun tidak digunakan dalam penelitian. Tetapi akan lebih baik apabila diikutsertakan.

3.6.3.3.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran (*Fitted Test*)

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *Struktural Equation Modelling* (SEM) yang terdapat dalam program Lisrel dimana metode ini menguji secara bersama-sama model yang terdiri dari variabel independen dan variabel dependen (Wijanto, 2008). Setelah lolos pengujian validitas dan reabilitas dengan model CFA, maka tahap selanjutnya adalah menganalisis kecocokan data dengan model

secara keseluruhan atau dalam *Lisrel* disebut *Goodness of Fit* (GOF). Pengujian ini akan mengevaluasi apakah model yang dihasilkan merupakan model fit atau tidak. Dari output yang dihasilkan estimasi pengukuran model struktural pada program *Lisrel*, analisis kecocokan keseluruhan model dapat dilihat dari angka statistik.

Penerapan SEM pada penelitian memerlukan orientasi yang berbeda dengan penerapan statistik. Prosedur dalam SEM lebih menekankan penggunaan kovarian dibandingkan dengan kasus secara individual. Jika dalam analisis statistik biasa, fungsi yang diminimumkan adalah perbedaan antar nilai yang diamati dengan yang diprediksi, maka pada SEM yang diminimumkan adalah perbedaan antara kovarian sampel dengan kovarian yang diprediksi oleh model. Maka yang dimaksud residual dalam SEM adalah perbedaan antara kovarian yang diprediksi (*predicted*) dengan kovarian yang diamati. SEM menggambarkan interaksi antara teori dengan realitas dan juga menunjukkan bahwa teori digunakan untuk menjelaskan realitas (Waluyo, 2011 :25). Dapat dijelaskan sebagai berikut :

3.6.3.3.4.1 Absolute Fit Measures, CMIN/DF

The minimum sampel *discrepancy function* (CMIN) dibagi dengan *degrees of freedom* (DF) akan menghasilkan indeks CMIN/DF, yang umumnya dilaporkan oleh para peneliti sebagai salah satu indikator untuk mengukur tingkat *fit*nya suatu model. CMIN/DF tidak lain adalah statistik *chi-square*, X^2 dibagi Df-nya sehingga disebut X^2 relatif. Dan nilai X^2 relatif $< 2,0$ adalah indikasi dari *acceptable fit* antara model dan data.

3.6.3.3.4.2 Goodness-Fit-Index (GFI)

Goodness-Fit-Index (GFI) merupakan suatu ukuran mengenai ketepatan model dalam menghasilkan *observed matriks kovarians*. Nilainya berkisar dari (*poor fit*) sampai 1 (*perfect fit*). Nilai GFI yang tinggi menunjukkan *fit* yang lebih baik. Nilai yang direkomendasikan adalah $\geq 0,90$ yang menunjukkan *good fit*, sedangkan $0,80 \leq \text{GFI} < 0,90$ sering disebut sebagai *marginal fit*.

3.6.3.3.4.3 The Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)

RMSEA merupakan ukuran yang mencoba memperbaiki kecenderungan statistik *chi-square* menolak model dengan jumlah sampel yang besar. Nilai RMSEA antara 0,05 – 0,08 mengindikasikan *good fit* dan nilai RMSEA $< 0,05$ mengindikasikan *close fit*. Hasil uji empiris RMSEA cocok untuk menguji model konfirmatori atau *competing model* dengan jumlah sampel besar.

3.6.3.3.4.4 Incremental Fit Measures – Adjusted Goodness-of-Fit (AGFI)

Adjusted Goodness-of-Fit adalah analog dari R^2 dalam regresi berganda. *Fit* indeks ini dapat disesuaikan terhadap *degrees of freedom* yang tersedia untuk menguji diterima atau tidaknya model. AGFI adalah kriteria yang memperhitungkan proporsi tertimbang dari varians dalam suatu matriks kovarians sampel. Nilai $> 0,90$ dapat diinterpretasikan sebagai tingkatan yang baik (*good overall model fit*), sedangkan nilai > 80 , menunjukkan tingkatan yang cukup (*marginal fit*).

3.6.3.3.4.5 Expected Cross Validation Index (ECVI)

Nilai ECVI dapat dikatakan memiliki *best-fit* apabila nilai ECVI mendekati nilai ECVI *Saturated Model*. *ECVI saturated model* memiliki *best-fit* dan ECVI

independence model mewakili *Worst-fit*. Pada hasil uji, nilai ECVI adalah 1,50. Nilai ECVI *for saturated model* adalah 0.666 dan nilai ECVI *for independence model* adalah 9,48. Dengan demikian ECVI pada penelitian ini adalah dekat dengan *saturated model*.

3.6.3.3.4.6 Incremental Fit Index (IFI)

IFI mempunyai nilai yang berkisar antara 0 dengan 1. Nilai IFI lebih besar dari atau sama dengan 0,90 merupakan *good fit*. Sedangkan nilai IFI lebih besar atau sama dengan 0,80 dan lebih kecil dari 0,90 disebut *marginal fit*.

3.6.3.3.4.7 Comparative Fit Index (CFI)

Besaran indeks adalah pada rentang nilai sebesar 0-1. Semakin mendekati 1 mengindikasikan tingkat *fit* paling tinggi (*a very good fit*). Nilai $CFI \geq 0,90$ mengindikasikan *marginal fit*. Keunggulan dari indeks ini adalah bahwa indeks ini besarnya tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel, karena itu sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan suatu model. Dalam penilaian model, indeks *TLI* dan *CFI* sangat dianjurkan untuk digunakan karena indeks ini relatif tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi pula oleh kerumitan model.

3.6.3.3.4.8 Parsimonious Fit Measures-Parsimonious Normal Fit Index (PNFI).

Parsimonious Normal Fit Index memasukan jumlah *degree of freedom* yang digunakan untuk mencapai *level fit*. Nilai *Parsimonious Normal Fit Index* yang tinggi menunjukkan kecocokan yang lebih baik, tetapi ini hanya digunakan dalam membandingkan model alternatif. Dalam membandingkan model, perbedaan sebesar 0.06-0.09 menunjukkan perbedaan yang sangat besar dari model tersebut.

3.6.3.3.4.9 Parsimonious Goodness-of-Fit Index (PGFI)

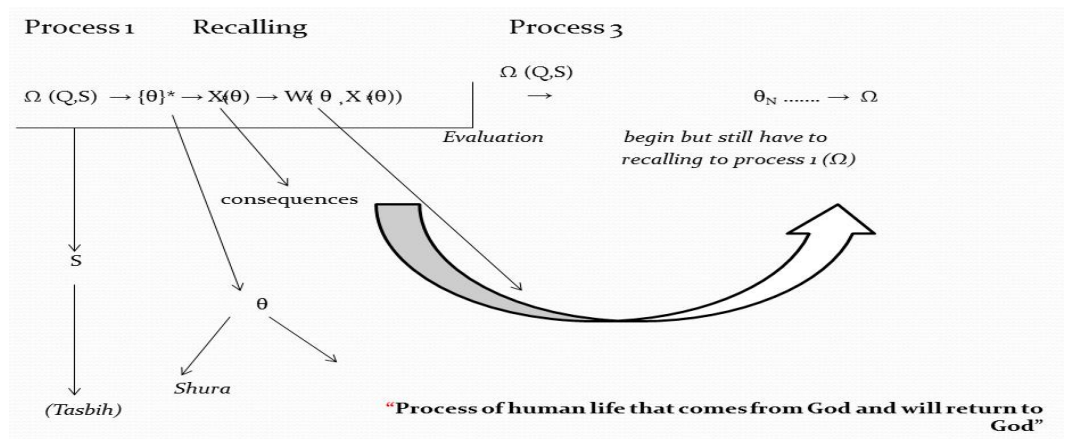
Parsimonious Goodness-of-Fit Index memodifikasi GFI atas dasar *parsimony estimated model*. Nilai PGFI berkisar antara 0 sampai 1. Nilai $CFI \geq 0,90$ mengindikasikan *good fit* dan nilai *CFI* sebesar 0,80 – 0,90 mengindikasikan *marginal fit*.

3.7 Analisis Data

Dalam menganalisis implementasi *Halal Lifestyle* dalam hubungan antara GCG, PER, dan Audit dengan pengungkapan tanggungjawab informasi sosial, maka metode analisis data yang akan digunakan, sebagai berikut :

1. Menganalisis *halal lifestyle* pada *performance of financial reporting*, menggunakan analisis statistik deskriptif.
2. Menganalisis *halal lifestyle* pada *good corporate governance*, menggunakan analisis statistik deskriptif.
3. Menganalisis *halal lifestyle* pada pengungkapan informasi sosial, menggunakan analisis statistik deskriptif.
4. Menganalisis *performance of financial reporting* pada pengungkapan informasi sosial, menggunakan analisis deskriptif.
5. Menganalisis *good corporate governance* pada pengungkapan informasi sosial, menggunakan analisis statistik deskriptif.
6. Menganalisis audit pada pengungkapan informasi sosial, menggunakan analisis statistik deskriptif.
7. Menganalisis pengaruh *halal lifestyle*, audit pada pengungkapan informasi sosial antara lain menggunakan metode analisis; *multiple regression analysis*, dan *structural equation modelling*.

8. Menganalisis pengaruh *halal lifestyle, good corporate governance* pada pengungkapan informasi sosial antara lain menggunakan metode analisis; *multiple regression analysis*, dan *structural equation modelling*.
9. Menganalisis pengaruh *halal lifestyle, performance of financial reporting* pada pengungkapan informasi sosial antara lain menggunakan metode analisis; *multiple regression analysis*, dan *structural equation modelling*.
10. Menganalisis *halal lifestyle, good corporate governance, performance of financial reporting*, dan audit menggunakan metode analisis *Tawhidi String Relation and Circulair Causation Concept*.



Gambar 3.1 : Tawhidi String Relation, Circular Causation Concept and its Application to Economic Field

Sumber : Mariyanti (2011; 116)

Keterangan :

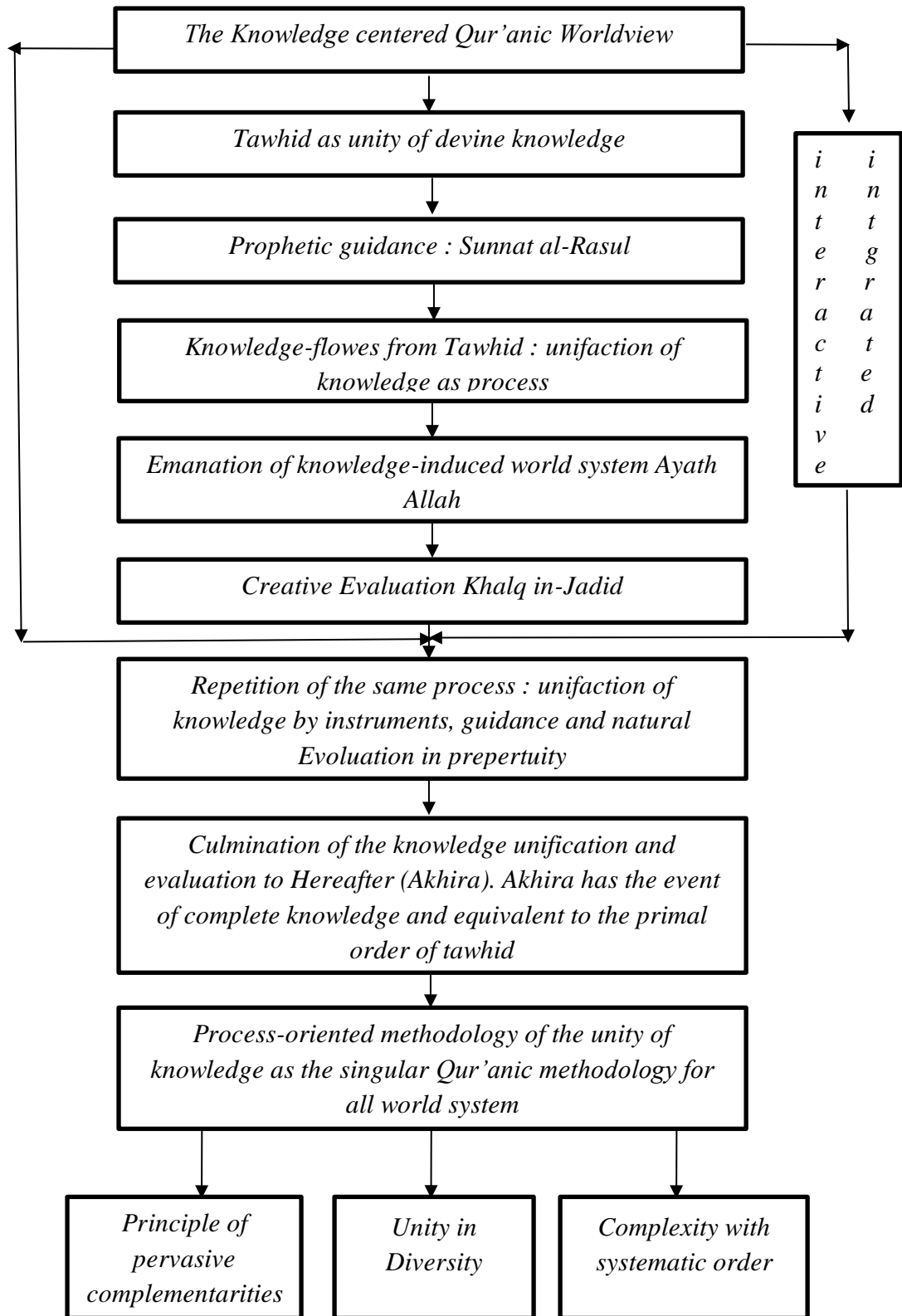
Implementasi proses IIE dalam pengungkapan bertanggungjawab informasi sosial adalah sebagai berikut :

Dalam proses I merupakan proses dimana Ω merupakan simbol pengetahuan yang berasal dari Al-Qur'an dan Hadits dalam proses selanjutnya pengetahuan dan

manusia bertemu melalui proses musyawarah (*shuratic process*). Dan lambangkan dengan $X(\theta)$.

Dengan pemahaman terhadap hubungan ini manusia dan masyarakat menciptakan tatanan dunia yang berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah dan pengetahuan yang mereka miliki. Oleh karenanya melalui interaksi dan integrasi diantara, melalui proses perkembangan secara perlahan tersebut munculah *Social Wellbeing Function*, hal ini dilambangkan dengan $W(\theta, X(\theta))$. Sedangkan implementasi *halal lifestyle* dalam pengungkapan informasi sosial pada laporan keuangan tahunan, untuk $W(\theta, X(\theta))$, merupakan $W(\theta)$, yaitu : *performance of financial reporting, good corporate governanace*, audit dan *halal lifesytle* (θ) dengan fungsi tersebut apakah variabel dimasukkan dalam model merupakan variabel yang dapat mempengaruhi pengungkapan informasi sosial pada laporan keuangan tahunan melalui *shuratic process*. Dan akhir dari proses 1 dan awal proses 2, adalah proses evolusi salam TSR sampai akhir zaman, dimana kita harus kembali kepada sumber pengetahuan yaitu Al-Qur'an dan Sunnah (Ω). Dalam merumuskan teta yang baru (θ_N), dan harus diingat kembali proses sebelumnya sehingga kita sebagai manusia dapat tetap berada pada proses yang benar yang sesuai dengan Al-Qur'an dan Sunnah. Dalam proses 2 untuk membangun kualitas kerja sama tim dengan dasar pengetahuan yang mereka miliki harus kembali kepada proses sebelumnya dimana semua urusan tentang pengentasan kemiskinan harus dilandaskan pada prinsip semua urusan diserahkan atau dikembalikan kepada Allah SWT. Yang Maha Pencipta.

PROCESS INTERACTION, INTEGRATION, EVOLUTION



Gambar 3.2 : Proses IIE dan Karakteristik Tasbih dan Shura.

Source : Chowdury, M.A (“Explaining the Qur’an Asocio-Scientific Inquiry”) Book I. (2002 : 51). Di dalam Imron (2014;154)

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

4.1 Deskripsi Data

Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan yang meliputi olah karakteristik reponden, uji validitas, uji reabilitas, olah data hasil penelitian, hasil uji hipotesis, deskripsi masing-masing variabel penelitian serta pengujian hipotesis.

Pada penelitian ini jumlah data sebagai sample penelitian yang diambil sebanyak 44 entitas industri halal selama 5 tahun periode dari tahun 2012 sampai tahun 2016

4.2 Analisis dengan SEM

4.2.1 Uji Normalitas

Permasalahan yang muncul ketika menganalisis variabel *continue* yang tidak normal dengan metode estimasi *Maximum Likelihood* adalah kesalahan standar dan *chi-squares* dapat menjadi tidak tepat. Jika jumlah sampel tidak terlalu besar, solusi atas ketidaknormalan dari variabel *continue* adalah melakukan normalisasi variabel sebelum melakukan analisis (Wijanto, 2008).

Uji normalitas terhadap data memberikan gambaran bahwa data tidak terdistribusi dengan normal. Hal ini dapat dilihat dari nilai *Skewness* dan *Kurtosis* yang besar. Akibatnya *p-value* dari *Skewness* dan *Kurtosis* $< 0,05$ atau signifikan. Ini berarti data tidak *multivariate normal*.

Peneliti menggunakan salah satu fitur dari *Lisrel 8.8*, yaitu *Normal Scores* untuk menormalisasikan variabel *continue*. Perubahan data ini sangat penting

karena akan menentukan metode estimasi yang akan digunakan. Setelah dilakukan uji normalitas, maka tidak ada variabel yang mempunyai *Skewness* dan *Kurtosis* yang tinggi. Perubahan nilai *Skewness* dan *Kurtosis* yang menandakan data telah terdistribusi normal. Dengan data yang telah terdistribusi dengan normal, maka peneliti dapat menggunakan metode estimasi *Maximum Likelihood* dimana syarat menggunakan metode estimasi ini adalah data terdistribusi normal.

Tabel 4.1 - Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
x1	.198	220	.000	.810	220	.000
x2	.481	220	.000	.512	220	.000
Tabel x3	.235	220	.000	.746	220	.000
x4	.132	220	.000	.923	220	.000
x5	.457	220	.000	.557	220	.000
x6	.363	220	.000	.354	220	.000
x7	.303	220	.000	.451	220	.000
x8	.258	220	.000	.498	220	.000
CSR	.533	220	.000	.324	220	.000

Hasil uji normalitas (lihat table 4.4) Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro Wilk tidak normal dikarenakan data penelitian ini menggunakan data rasio keuangan/time series (Sarwono ; 2018) serta uji normalitas merupakan bukan hasil utama penelitian dalam SEM (Kadir ; 2016 ; Sarwono ; 2018, Riadi ; 2018).

4.2.1.1 Metode Estimasi

Metode estimasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Maximum Likelihood*, dimana minimal 5 (lima) responden per variabel teramati akan mencukupi untuk distribusi normal (Wijanto, 2008). Menurut Hair (2006), ukuran sampel yang dianjurkan dan secara umum diterima untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan penggunaan *Maximum Likelihood* adalah 100-200 sampel. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian terhadap 200 responden.

4.2.2 Confirmatory Factor Analysis (CFA)

Confirmatory Factor Analysis merupakan bentuk model pengukuran yang memodelkan hubungan antara variabel laten dengan variabel-variabel teramati. Tujuan dari model pengukuran adalah untuk menggambarkan sebaik apa indikator-indikator tersebut dapat digunakan sebagai instrumen pengukuran variabel laten.

Dalam SEM, hubungan antara variabel laten dengan variabel-variabel teramati bersifat reflektif, dimana variabel-variabel teramati merupakan refleksi dari variabel laten. Hubungan tersebut juga bersifat *con-generic*, yaitu satu variabel teramati hanya mengukur atau merefleksikan sebuah variabel laten.

4.2.2.1 Analisis Offending Estimate

Analisis ini harus dilakukan untuk memastikan tidak terdapat *offending estimates* (nilai-nilai yang melebihi batas yang dapat diterima) dari hasil estimasi CFA. Kriteria analisisnya adalah sebagai berikut.

- *Offending estimates*, terutama adanya *negative error variances* (dikenal dengan *heywod cases*). Jika ada varian kesalahan negatif, maka varian kesalahan tersebut perlu ditetapkan menjadi 0,005 atau 0,01.

- Nilai *standardized loading factor* > 1 .
- *Standard errors* yang berhubungan dengan koefisien-koefisien yang diestimasi mempunyai nilai yang besar.

Setelah memeriksa dengan baik, peneliti tidak menemukan *negative error variance* dan *standardized loading factors* lebih dari satu. Selain itu tidak ada *standard error* yang nilainya besar. Dengan hasil tersebut, maka semua variabel telah memenuhi syarat yang baik dengan tidak adanya *offending estimate*. Dengan demikian, pengujian selanjutnya dapat dilakukan.

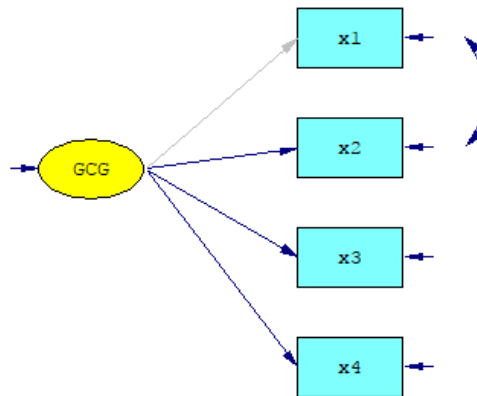
4.2.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Teramati

Uji validitas dan reliabilitas dalam model SEM pada program *Lisrel* dapat dilakukan dengan menggunakan model pengukuran *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) yang akan memberikan hasil berupa *path diagram*.

Analisis validitas model pengukuran dilakukan dengan memeriksa apakah a *t-value* dari variabel teramati dalam model memenuhi syarat yang baik, yaitu lebih besar dari nilai kritis, yaitu $\geq 1,96$, dan (b) *standardized loading factors* dari variabel-variabel teramati dalam model telah memenuhi syarat yang baik, yaitu $\geq 0,70$. Igbaria et al. (1997) menyatakan bahwa *standardized loading factors* $\geq 0,50$ adalah sangat signifikan tetapi $\geq 0,30$ maka variabel terkait bisa dipertimbangkan untuk tidak dihapus dan dapat diterima (Kadir ; 2016).

4.2.2.2.1 Variabel Laten GCG

Gambar 4.1 - Pengujian validitas dan reliabilitas untuk variabel GCG



Pengujian validitas dan reliabilitas untuk variabel GCG diperlihatkan pada Gambar 4.2. Pada Gambar 4.2 menunjukkan bahwa variabel teramati atas variabel laten GCG dengan nilai Standardized Loading Factors (SLF) dan t-value. Pada path diagram ini dapat dilihat variabel teramati telah lolos uji validitas, karena telah memenuhi persyaratan yaitu nilai loading factors $\geq 0,30$.

Tabel 4.2 nilai Standardized Loading Factors (SLF) pad GCG

Component Matrixa	
Component	
	1
x4	0,772
x1	0,687
x3	0,639
x2	0,410

Variabel teramati yang telah lolos uji validitas dan reliabilitas GCG (lihat table 4.2) akan dinyatakan layak sebagai alat pengukur variabel latennya. Sedangkan variabel teramati yang tidak lolos pada uji validitas, akan dihapus karena keberadaanya tidak memberikan pengaruh apapun. Pada penelitian ini, nilai SLF pernyataan pertama sebesar 0,687 telah lolos uji validitas karena telah memenuhi persyaratan. Demikian pula dengan pernyataan kedua dengan SLF = 0,41.

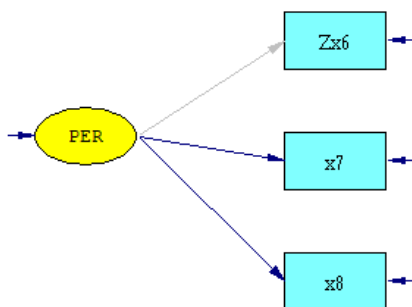
Tabel 4.3 – Uji Validitas Variabel Laten GCG

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.550
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	83.049
	df	6
	Sig.	.000

Pengujian di atas adalah hasil uji validitas menunjukkan diatas 0,5 yang berarti alat ukur tersebut adalah valid.

4.2.2.2.2 Variabel Laten PER

Gambar 4.2 - Pengujian validitas dan reliabilitas untuk variabel PER



Pengujian validitas dan reliabilitas untuk variabel GCG diperlihatkan pada Gambar 4.3. Pada Gambar 4.3 menunjukkan bahwa variabel teramati atas variabel laten PER dengan nilai Standardized Loading Factors (SLF) dan t-value. Pada path diagram ini dapat dilihat variabel teramati telah lolos uji validitas, karena telah memenuhi persyaratan yaitu nilai loading factors $\geq 0,30$

Tabel 4.4 nilai Standardized Loading Factors (SLF) pad PER

Component Matrixa
Component
1

x7	.708
x6	.653
x8	-.347

Variabel teramati yang telah lolos uji validitas dan reliabilitas PER (lihat table 4.5) akan dinyatakan layak sebagai alat pengukur variabel latennya. Sedangkan variabel teramati yang tidak lolos pada uji validitas, akan dihapus karena keberadaannya tidak memberikan pengaruh apapun. Pada penelitian ini, nilai SLF pernyataan pertama sebesar 0,653 telah lolos uji validitaskarena telah memenuhi persyaratan. Demikian pula dengan pernyataan kedua dengan SLF = 0,708.

Tabel 4.5 – Uji Validitas Variabel Laten PER

KMO and Bartlett's Test	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.502
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square .459
df	3
Sig.	.928

Pengujian di atas adalah hasil uji validitas menunjukkan diatas 0,5 yang berarti alat ukur tersebut adalah valid.

4.2.3 Kontribusi Indikator Variabel terhadap Variabel Penelitian

Hasil pengukuran model penelitian untuk kedua variabel eksogen yaitu *Good Corporate Government (GCG)* dengan 4 indikator dan *Performance of Financial Reporting (PER)* dengan 3 indikator, adalah memperhatikan sumbangan setiap indikatornya.

Table 4.5a - Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.498	.026		19.409	.000
	X1	.230	.019	.261	11.890	.000
	X2	.088	.046	.034	1.928	.055
	X3	.015	.010	.029	1.528	.128
	X4	.014	.010	.029	1.444	.150
	X5	.292	.006	.876	47.490	.000
	X6	.001	.001	.018	.994	.321
	X7	-3.987E-5	.000	-.015	-.905	.366
	X8	.000	.003	-.002	-.083	.934
	X9	-.023	.013	-.038	-1.817	.071

Tabel 4.6 - Pengujian validitas untuk variable laten

Variabel	Indikator	Koefisien	SLF	R ²	Keputusan
Good Corporate Government (GCG)	UDK	0.261	0,687	0.000	Signifikan
	UKA	0.034	0,41	0.055	Signifikan
	KM	0.029	0,639	0.128	Signifikan
	KA	0.029	0,772	0.150	Signifikan
Performance of Financial Reporting (PER)	UP	0.018	0.653	0.321	Signifikan
	Profit	-0.015	0.708	0.366	Signifikan
	Lav	-0.002	-0.347	0.934	Signifikan

Keterangan : Nilai loading factors Signifikan $\alpha \geq 0,30$

Lihat table 4.5b Nilai Koefisien untuk Variabel Laten

Lihat table 4.2 dan 4.4 - SLF

Gambar 4.1 dan 4.2 – Lihat Parth Diagram

Berdasarkan Hasil Pengukuran Model yang ditunjukkan pada (*Lampiran Tabel 4.6*) adalah sebagai berikut :

4.2.3.1 Variabel *Good Corporate Government*

Good Corporate Government yang diukur dari empat indikator, yaitu ukuran dewan komisaris, ukuran komite audit, kepemilikan manajerial dan kepemilikan asing. Pengujian validitas dan reliabilitas untuk variabel GCG diperlihatkan pada Tabel 4.6. Pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa terdapat 4 variabel teramati atas variabel laten GCG dengan nilai Standardized Loading Factors (SLF) dan t-value. Pada path diagram ini dapat dilihat terdapat 4 variabel teramati telah lolos uji validitas, karena telah memenuhi persyaratan yaitu nilai loading factors $\geq 0,30$, maka penjelasan untuk setiap indikator terdapat pada *Tabel 4.6*.

4.2.3.2 Indikator *Ukuran Dewan Komisaris*

Ukuran dewan komisaris Mendapatkan nilai koefisien parameter 0.261 dengan nilai t_{hitung} 0.687 yang lebih besar dari nilai tabel 1.748 pada tingkat keyakinan $> \alpha$ 0.30 yang berarti kontribusi indikator ukuran dewan komisaris terhadap pembentukan variabel GCG adalah signifikan. Besarnya kontribusi indikator ukuran dewan komisaris terhadap GCG adalah 0.005 atau 0.5%, kontribusi di luar GCG adalah 0.995 atau 95.5%. Nilai kontribusi di luar GCG yang dominan menunjukkan bahwa dalam konsep berfikir orang bekerja tidak saja hanya bertumpu atau berlandaskan pada pendapatan (ukuran dewan komisaris) semata-mata namun juga berharap adanya pengakuan dan penghargaan diri atas kinerjanya yang menunjukkan bahwa dirinya dapat berinteraksi sesuai dengan prosedur dalam melaksanakan pekerjaannya.

4.2.3.3 Indikator Ukuran Komite Audit

Ukuran Komite Audit yang diukur sebagai indikator mendapatkan nilai koefisien parameter 0.034 dengan nilai t_{hitung} 0.41 yang lebih besar dari nilai tabel 1.158 pada tingkat keyakinan $> \alpha$ 0.30, yang berarti kontribusi indikator ini terhadap pembentukan variabel *Good Corporate Government* adalah signifikan. Besarnya kontribusi indikator ukuran komite audit adalah 0.055 atau 5.5%, kontribusi di luar indikator ukuran komite audit adalah 0.945 atau 94.5%. Nilai diluar indikator ukuran komite audit yang dominan menunjukkan bahwa setiap individu dalam melaksanakan pekerjaan tidak cukup hanya berazaskan pada taat azas sesuai dengan procedural audit, namun juga harus memperhatikan adanya memperoleh komite audit dan komite audit berinteraksi dalam kelompok, sehingga sebagai individu yang taat azas dalam organisasi perusahaan adalah merupakan bagian dari taat azas audit *procedural* tim atau kelompok dalam suatu organisasi atau pekerjaan.

4.2.3.4 Indikator Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial yang diukur mendapatkan nilai koefisien parameter 0.029 dengan nilai t_{hitung} 0.639 yang lebih besar dari nilai t-tabel 1.320 pada tingkat keyakinan $> \alpha$ 0.30 yang berarti kontribusi indikator kepemilikan manajerial terhadap pembentukan variabel *Good Corporate Government* adalah signifikan. Besarnya kontribusi indikator kepemilikan manajerial adalah 0,128 atau 12.8%, kontribusi di luar indikator kepemilikan manajerial adalah 0.872 atau 87,2%. Nilai diluar indikator kepemilikan manajerial yang dominan menunjukkan bahwa setiap individu dalam melaksanakan pekerjaan tidak cukup hanya berinteraksi, namun juga harus memperhatikan adanya kepemilikan manajerial dalam kelompok,

sehingga sebagai individu yang aktif berinteraksi adalah merupakan bagian dari *Good Corporate Government* kelompok dalam suatu organisasi atau pekerjaan.

4.2.3.5 Indikator Kepemilikan Asing

Kepemilikan Asing yang diukur mendapatkan nilai koefisien parameter 0.029 dengan nilai t_{hitung} 0,722 yang lebih besar dari nilai t-tabel 1.459 pada tingkat keyakinan $> \alpha$ 0.30 yang berarti kontribusi indikator kepemilikan Asing terhadap pembentukan variabel *Good Corporate Government* adalah signifikan.

Besarnya kontribusi indikator kepemilikan Asing adalah 0,150 atau 15%, kontribusi di luar indikator kepemilikan Asing adalah 0.85 atau 85%. Nilai diluar indikator kepemilikan Asing yang dominan menunjukkan bahwa setiap individu dalam melaksanakan pekerjaan tidak cukup hanya berinteraksi, namun juga harus memperhatikan adanya kepemilikan asing dalam kelompok, sehingga sebagai individu yang aktif berinteraksi adalah merupakan bagian dari *Good Corporate Government* kelompok dalam suatu organisasi atau pekerjaan.

Variabel teramati yang telah lolos uji validitas dan reliabilitas akan dinyatakan layak sebagai alat pengukur variabel latennya. Sedangkan variabel teramati yang tidak lolos pada uji validitas, akan dihapus karena keberadaanya tidak memberikan pengaruh apapun. Pada penelitian ini, nilai SLF pernyataan pertama sebesar 0,687 telah lolos uji validitas karena telah memenuhi persyaratan. Demikian pula dengan pernyataan kedua dengan SLF = 0,41. Pengujian pada (*Tabel 4.6*) adalah hasil uji validitas menunjukkan diatas 0,5 yang berarti alat ukur tersebut adalah valid.

Hasil tersebut diatas menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris, komite audit, kepemilikan manajerial dan kepemilikan asing dalam suatu perusahaan industri *Halal Lifestyle* berperan penting yang satu dengan yang lain saling

berkaitan dan harus mendapat pemeliharaan yang seimbang antar indikator dan merupakan kesatuan dalam variabel *Good Corporate Government* pada industri *Halal Lifestyle*.

4.2.4 Variabel *Performance of Financial Reporting* (PER)

Performance of Financial Reporting yang diukur dari 3 (tiga) indikator diantaranya ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage*. Pengujian validitas dan reliabilitas untuk variabel PER diperlihatkan pada Gambar 4.2. Pada Gambar 4.2 menunjukkan bahwa terdapat 3 variabel teramati atas variabel laten PER dengan nilai Standardized Loading Factors (SLF) dan t-value. Pada *path diagram* ini dapat dilihat terdapat 3 variabel teramati telah lolos uji validitas, karena telah memenuhi persyaratan yaitu nilai loading factors $\geq 0,30$. maka penjelasan untuk setiap indikator terdapat di (Tabel 4.6).

4.2.4.1 Indikator Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan mendapatkan nilai koefisien parameter 0.018 dengan nilai thitung 0.653 yang lebih besar dari nilai t-table 1.222 pada tingkat keyakinan $> \alpha 0.30$ yang berarti kontribusi indikator tersebut terhadap pembentukan variabel *Performance of Financial Reporting* adalah signifikan. Besarnya kontribusi indikator Ukuran Perusahaan adalah 0.321 atau 32%, kontribusi di luar indikator Ukuran Perusahaan adalah 0.68 atau 68%.

4.2.4.2 Indikator Profitabilitas

Profitabilitas mendapatkan nilai koefisien parameter 0.015 dengan nilai thitung 0,708 yang lebih besar dari nilai *t-table* 1.059 pada tingkat keyakinan $> \alpha 0.30$ yang berarti kontribusi indikator tersebut terhadap pembentukan variabel *Performance*

of *Financial Reporting* adalah signifikan. Besarnya kontribusi indikator Profitabilitas adalah 0.366 atau 36%, kontribusi di luar indikator Profitabilitas adalah 0.64 atau 64%.

4.2.4.3 Indikator Leverage

Lverage mendapatkan nilai koefisien parameter -0.002 dengan nilai thitung 0.347 yang lebih besar dari nilai t-table 1.245 pada tingkat keyakinan $> \alpha$ 0.30 yang berarti kontribusi indikator tersebut terhadap pembentukan variabel *Performance of Financial Reporting* adalah signifikan. Besarnya kontribusi indikator *Lavarage* adalah 0.934 atau 93%, kontribusi di luar indikator *Lavarage* adalah 0.07 atau 7%.

Variabel teramati yang telah lolos uji validitas dan reliabilitas akan dinyatakan layak sebagai alat pengukur variabel latennya. Sedangkan variabel teramati yang tidak lolos pada uji validitas, akan dihapus karena keberadaanya tidak memberikan pengaruh apapun. Pada penelitian ini, nilai SLF pernyataan pertama sebesar 0,653 telah lolos uji validitaskarena telah memenuhi persyaratan. Demikian pula dengan pernyataan kedua dengan SLF = 0,708. Pengujian pada (*Tabel 4.6*) tersebut adalah hasil uji validitas menunjukkan diatas 0,5 yang berarti alat ukur tersebut adalah valid.

Hasil pengujian tersebut menunjukkan *Performance of Financial Reporting* berpengaruh terhadap kualitas kerja tim/manajemen di perusahaan industri *Halal Lifesytle*.

4.3 Uji Kesesuaian Model (*Fitted Test*)

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *Struktural Equation Modelling* (SEM) yang terdapat dalam program *Lisrel* dimana metode ini menguji secara bersama-sama model yang terdiri dari variabel independen dan variabel dependen.

Setelah lolos pengujian validitas dan reabilitas dengan model CFA, maka tahap selanjutnya adalah menganalisis kecocokan data dengan model secara keseluruhan atau dalam *Lisrel* disebut *Goodness of Fit* (GOF).

Pengujian ini akan mengevaluasi apakah model yang dihasilkan merupakan model fit atau tidak. Dari output yang dihasilkan estimasi pengukuran model struktural pada program Lisrel, analisis kecocokan keseluruhan model dapat dilihat dari angka statistik (Tabel 4.7) sebagai berikut, yaitu

Tabel 4.7 Hasil Goodness of Fit Model

Pengukuran Goodness of Fit	Batas Penerimaan Yang Disarankan	Nilai	Keputusan
Chi-Square X^2 / df	<i>Semakin kecil nilai X2 semakin baik – mendekati baik</i>	0,005	<i>Not Acceptable Fit</i>
RMSEA	<1	0,086	<i>Acceptable Fit</i>
ECVI	< 2,64	0,56	<i>Acceptable Fit</i>
GFI	0,80 atau mendekati 1	0,95	<i>Acceptable Fit</i>
CFI	>0,90	0,92	<i>Acceptable Fit</i>
AGFI	>0,70 atau mendekati 1	0,88	<i>Acceptable Fit</i>
IFI	IFI>0,90	0,93	<i>Acceptable Fit</i>

4.3.1 Nilai Chi-square yaitu 13,094 dengan nilai $P = 0,005 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa kecocokan model teoritis memenuhi kriteria $P < 0,05$, berdasarkan nilai yang didapat tersebut, maka kecocokan model yang didapat adalah mendekati baik..

- 4.3.2 Sedangkan nilai RMSEA, yaitu sebesar 0,086 yang menunjukkan kecocokan model baik, model dikatakan baik (good fit) jika nilai RMSEA $< 0,08$.
- 4.3.3 Selanjutnya adalah analisis nilai ECVI, yaitu dengan membandingkan nilai ECVI dengan ECVI saturated model dan ECVI independent model. Semakin rendah nilai ECVI maka kecocokan model semakin baik. Pada hasil output fit indicated menunjukkan nilai ECVI sebesar 0,56; ECVI saturated model sebesar 0,5; dan ECVI independent model sebesar 2,64. Dapat disimpulkan bahwa nilai ECVI $<$ ECVI sat.mod dan ECVI $<$ ECVI indepeden yaitu $0,563 > 0,56$ namun $0,56 < 2,64$ yang artinya kecocokan kesesuaian model berdasarkan nilai ECVI adalah baik (good fit).
- 4.3.4 Adapun nilai GFI adalah sebesar 0,95 yang menunjukkan bahwa kecocokan model baik. Begitu juga nilai AGFI sebesar 0,88 menunjukkan nilai kecocokan baik. Model dikatakan memiliki kecocokan yang baik jika nilai GFI maupun AGFI $\geq 0,90$.
- 4.3.5 Selanjutnya adalah kriteria CFI. Hasil output fit indicates menunjukkan nilai CFI sebesar 0,92 yang menunjukkan kecocokan model baik karena nilai CFI memenuhi kriteria, yaitu CFI $> 0,90$.
- 4.3.6 Kemudian untuk nilai IFI adalah sebesar 0,93 yang menunjukkan bahwa kecocokan model baik, karena memenuhi kriteria CFI $> 0,9$. Akan lebih mudah maka akan ditampilkan kesimpulan pada (*Lampiran Tabel 4.7*).

Hasil pengujian kesesuaian model (*Goodness of Fit Model*) (*Tabel 4.7*), memiliki kesesuaian data yang baik dibandingkan syarat yang direkomendasikan. Analisis data dengan menggunakan program *Lisrel versi 8.8* dalam pembentukan

Confirmatory Factor Analysis (CFA) yang digunakan ditunjukkan dengan teknik korelasi-regresi untuk menguji pengukuran model dalam kerangka konseptual yang menunjukkan adanya pengujian pengaruh informasi pertanggungjawaban sosial pada laporan tahunan industry Halal.

4.4 Pembahasan dan Hasil Pengujian Hipotesis

Analisa data dilakukan dengan cara melakukan pengujian hipotesis, yaitu untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan metode analisis Lisrel dengan bantuan *software* SPSS for Windows R. 10.05.

Setelah dilakukan uji kecocokan keseluruhan model, maka tahap selanjutnya adalah menguji hipotesis penelitian pada model strukturalnya. Pengujian model dilakukan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara variabel HLS, Audit, GCG, PER dan CSR. Dengan pengujian ini akan terlihat apakah hipotesis model penelitian diterima atau ditolak.

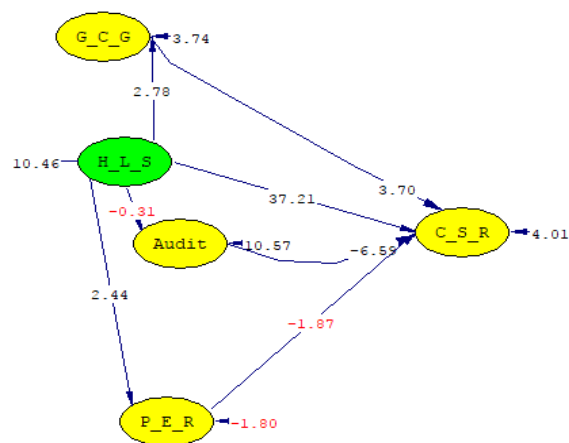
Seluruh variabel pada penelitian ini diukur menggunakan 9 indikator/variabel teramati yang sudah disusun berupa pernyataan, yaitu masing-masing variabel laten terdiri dari : HLS yakni 1 indikator, Audit 1 indikator, GCG yaitu 4 indikator, PER 3 indikator dan CSR terdiri dari 1 indikator. Tetapi pada model struktural ini, satu pernyataan mewakili setiap variabel. Hal ini dilakukan dengan cara memilih pernyataan yang memiliki nilai *loading factors* paling besar, seperti halnya yang telah dijelaskan sebelumnya.

Hasil uji hipotesis tampak dari printed output hasil proses syntax dalam rumus persamaan olahan peneliti dan juga terdapat pada path diagram. Hubungan yang signifikan akan ditandai dengan t-value yang berwarna hitam pada path diagram

dengan nilai $\geq 1,96$. Sedangkan hubungan yang tidak signifikan ditandai dengan t-value yang berwarna merah pada path diagram dengan nilai di bawah 1,96. Path diagram yang ditunjukkan pada (lihat Gambar 7c dan 7d) memberikan gambaran mengenai hubungan antara variabel laten HLS, Audit, GCG , PER dan CSR nya.

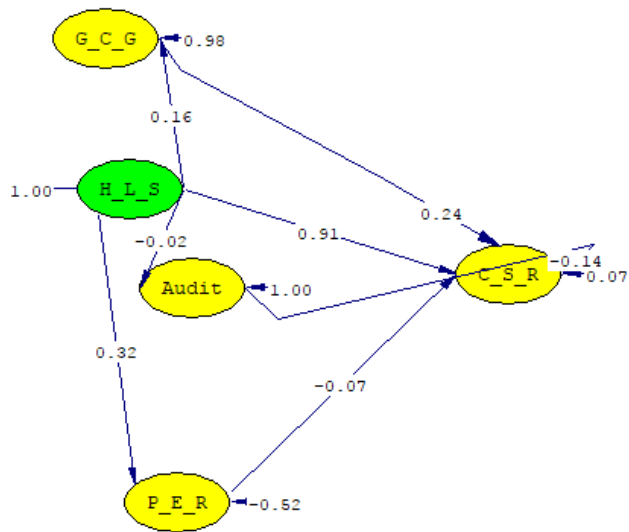
Dalam uji validitas dan reliabilitas sebelum melakukan pengujian model, seluruh variabel dalam penelitian telah uji validitas dan reliabilitas karena telah memenuhi syarat dengan nilai $\geq 1,96$. Berikut di bawah ini adalah path diagram hasil uji hipotesis model (lihat table 4.8 dan gambar 7c dan 7d):

Gambar 7c – Uji-t Hasil Hipotesis



Chi-Square=57.13, df=26, P-value=0.00040, RMSEA=0.074

Gambar 7d – Standardzed Hasil Hipotesis



Chi-Square=57.13, df=26, P-value=0.00040, RMSEA=0.074

Tabel 4.8 - Tabel Kesimpulan Uji Hipotesis Antar Variabel

Hipotesis	Path	t-value	Estimasi	Hasil
H1	HLS - PER	2,44	0,32	Diterima
H2	HLS - GCG	2,78	0,16	Diterima
H3	HLS - CSR	37,21	0,91	Diterima
H4	PER - CSR	-1,87	-0,07	Ditolak
H5	GCG - CSR	3,7	0,24	Diterima
H6	Audit - CSR	-6,59	-0,14	Diterima
H7	HLS - Audit-CSR	2,04	0,002	Diterima
H8	HLS - GCG - CSR	10,28	0,03	Diterima
H9	HLS - PER - CSR	-4,56	0,02	Diterima

Dapat dilihat dari path diagram atau lihat gambar 7c dan 7d di atas, hasil pengujian model memperlihatkan bahwa hubungan antara HLS dengan GCG, PER dan CSR memiliki nilai t-value dengan angka berwarna hitam, yang berarti nilai t-value $\geq 1,96$ sehingga menunjukkan bahwa hubungan antara HLS dengan GCG dan PER signifikan. Hubungan antara Audit dengan CSR memiliki nilai t-value dengan angka berwarna hitam, yang berarti nilai t-value $\geq 1,96$ sehingga menunjukkan bahwa hubungan antara Audit dengan CSR signifikan. Demikian pula dengan Hubungan antara GCG dengan CSR memiliki nilai t-value dengan angka berwarna hitam, yang berarti nilai t-value $\geq 1,96$ sehingga menunjukkan bahwa hubungan antara GCG dengan CSR signifikan.

Selanjutnya variabel eksogen PER terhadap CSR menunjukkan t-value sebesar -1,87. Hal ini juga menunjukkan bahwa hubungan ini belum memenuhi kriteria karena nilai mutlak t-value $< 1,96$ dengan berwarna merah. Sehingga dapat diartikan tidak terdapat pengaruh PER terhadap CSR. Demikian pula dengan Hubungan antara HLS dengan Audit memiliki nilai t-value dengan angka berwarna merah, yang berarti nilai mutlak t-value $< 1,96$ sehingga menunjukkan bahwa hubungan antara HLS dengan Audit tidak signifikan.

Hasil yang positif pada penelitian ini ditunjukkan pada uji kecocokan model struktural. Ini mengartikan bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini memiliki keterkaitan. Yaitu hubungan HLS berpengaruh terhadap GCG, PER, CSR. Demikian juga hubungan antara GCG dengan CSR. Berikut adalah penjelasan analisis secara mendalam hubungan keseluruhan variabel terdapat pada (*Lampiran Tabel 4.8 dan lampiran 7c dan 7d*).

4.4.1 Pengaruh *Halal Lifestyle* (HLS) terhadap *Performance of Financial Reporting* (PER)

Dari hasil pengujian diketahui :

Hasil uji pengaruh variabel laten religiusitas HLS dan PER data dilihat pada (*Lampiran Tabel 4.8*), bahwa kaitan kedua variabel ini memperlihatkan adanya hubungan yang signifikan dengan besar t-value $2,44 > 1,96$. Nilai koefisien hubungan HLS dan PER positif menunjukkan 0,32 signifikan uji (dalam lintasan antara HLS dan PER. Hasil pengujian ini berarti bahwa nilai koefisien yang besar menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dan kuat kedua setelah hubungan antara *Halal Lifestyle* (HLS) dengan *Performance of Financial Reporting* (PER).

Pengujian Hipotesis 1 :

H_{01} : *Halal Lifestyle* (HLS) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Performance of Financial Reporting* (PER).

H_{a1} : *Halal Lifestyle* (HLS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Performance of Financial Reporting* (PER).

Pada pengujian hipotesis 1, H_{01} ditolak dan diterima H_{a1} , terbukti bahwa *Halal Lifestyle* (HLS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Performance of Financial Reporting* (PER) pada gaya hidup di industri halal.

Dalam perspektif *Halal Lifestyle*, *profit* atau laba usaha hasil dari pengelolaan asset dan sumber daya perusahaan melalui berbagai kegiatan yang sesuai prinsip-prinsip halal yang ditetapkan oleh BAPEPAM yakni pembiayaan berdasarkan bunga tidak lebih dari 45% dari total asset.

Dalam Al-Qur'an Allah SWT berfirman dalam Shurah Al- Baqoroh Ayat 175 sebagai berikut:

Artinya: Orang-orang yang makan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berpendapat bahwa jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

Dan dalam halal *lifestyle* memperoleh laba usaha dapat menseleksi segala peluang ekonomi yang ada memilih hanya aktivitas bisnis yang sesuai dengan pola hidup halal /prinsip syariah, sehingga keberadaan laba yang diperoleh akan digunakan untuk memenuhi kewajiban kepada semua stakeholder, investor, pihak ke tiga, karyawan, vendor dengan baik.

Ibnu Sirin berkata “siapa yang meninggalkan sesuatu karna Allah, maka akan diberikan ganti yang lebih baik/keberkahan dari itu yakni kecintaan dan kerinduan pada Allah, ketenangan hati dan ridha kepada Allah (Al-Fawaid, Hal. 166 dan HR. Ahmad 5 : 363)

Profitabilitas meningkat maka kewajiban untuk membayar dapat terpenuhi segera seperti memeneuhi kesejahteraan karyawan, pembagian deviden, mengadakan kegiatan social dan lainnya.

Sesuai dengan nilai koefisien hubungan HLS dan PER positif menunjukkan 0,32 signifikan uji (dalam lintasan antara HLS dan PER. Hasil pengujian ini diartikan bahwa nilai koefisien yang besar menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dan kuat kedua setelah hubungan antara *Halal Lifestyle* (HLS) dengan *Performance of Financial Reporting* (PER).

Sesuai penelitian dari Hervita & Fitriasia 2016 bahwa Tidak adanya perbedaan pendapatan yang ditentukan pada sumber pendapatan sesuai akad islam, menunjukkan pengaruh signifikan bahwa rata-rata pendapatan halal tersebut hampir sama.

Dan penelitian Mulawarman 2007 bahwa mekanisme system halal yang dilakukan perusahaan ternyata merupakan proses system halal yang menunjukkan pengaruh signifikan.

4.4.2 Pengaruh *Halal Lifestyle (HLS)* terhadap *Good Corporate Government (GCG)*

Dari hasil pengujian diketahui :

Hasil uji pengaruh variabel laten HLS dan GCG data dilihat pada (*Lampiran Tabel 4.8*), bahwa hubungan kedua variabel ini memperlihatkan adanya hubungan yang signifikan dengan besar t-value $2,78 > 1,96$. Nilai koefisien hubungan HLS dan GCG positif menunjukkan 0,16 signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai koefisien yang sangat besar menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan signifikan diantara kedua variabel tersebut.

Pengujian Hipotesis 2 :

Ho₂ : *Halal Lifestyle (HLS)* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Good Corporate Government (GCG)*.

Ha₂ : *Halal Lifestyle (HLS)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Good Corporate Government (GCG)*

Pada pengujian hipotesis 2, Ho₂ ditolak dan diterima Ha₂, terbukti bahwa *Halal Lifestyle (HLS)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Good Corporate Government (GCG)* pada gaya hidup di industri halal.

Good Corporate Governence dijalankan dengan baik / *halal lifestyle* maka kemakmuran sebagai wujud keadilan social, sehingga kekayaan, penguasaan sumberdaya ekonomi dan pemanfaatannya tidak hanya dimiliki oleh sebagian kecil

masyarakat atau hanya dimiliki oleh kaum pemodal besar atau kaum kapitalis. Dalam hal distribusi penguasaan dan pemanfaatan sumber daya ekonomi untuk tujuan kemakmuran bersama, Islam sangat menganjurkan untuk berlaku adil. Dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 8, Allah berfirman :

Artinya : Hai orang-orang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan kebenaran karena Allah, menjadi saksi dengan adil, dan janganlah sekali-sekali kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk tidak berlaku adil. Berlaku adila, karna adil itu lebih dekat kepada takwa dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan (Qs : 5 : 8).

Keadilan dalam muamalah ekonomi adalah prinsip yang penting dan merupakan azas filosofis dasar akuntansi syariah sehingga tercapai keseimbangan, keserasian, keharmonisan dan kesejahteraan bagi semua pihak dalam mewujudkan tujuan bersama untuk mencapai "al-falah" atau wellbieng yaitu tujuan dan sasaran akhir muamalah ekonomi syariah (Harahap, 2010)

Karena peran yang penting pihak manajerial dalam menjalankan amanah mengelola perusahaan, menurut Nuringsih (2005) dalam Aminah dan Rahmi (2008) berpendapat bahwa manajer perlu mendapatkan kesempatan untuk terlibat dalam kepemilikan saham dengan tujuan untuk menstarakan mereka dengan pemegang saham sehingga dapat menghasilkan kinerja yang lebih baik. Selaras dengan pendapat Jensen dan Meekling (1976) bahwa kepemilikan *Stakeholder* dipandang dapat menyamakan kepentingan antar pemilik dan manajer, sehingga semakin tinggi kepemilikan *Stakeholder* akan semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Hal ini *Good Corporate Governance* adalah bagian yang paling terlibat dalam meningkatkan nilai perusahaan/kinerja perusahaan. Dalam hal ini seluruh jajaran pegawai mulai dari komisaris, direksi, general manager dan terus sampai ke

level staf. Ketika kepemilikan bagian dari saham entitas perusahaan baik/Halal diharapkan dapat meningkatkan kinerja karena ketika kinerja mereka meningkat maka secara otomatis akan meningkatkan keuntungan deviden dari entitas perusahaan tersebut dan meningkatnya deviden dapat memancing investor-investor baru atau mungkin mempertahankan investor-investor yang sudah ada untuk tidak melepas sahamnya. Setelah melakukan pengujian dan melakukan uji bahwa hubungan kedua variabel ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dengan besar t-value $2,78 > 1,96$. Nilai koefisien hubungan HLS dan GCG positif menunjukkan 0,16 signifikan

4.4.3 Pengaruh *Halal Lifestyle* (HLS) terhadap *Pengungkapan Informasi Social* (CSR)

Dari hasil pengujian diketahui :

Hasil uji pengaruh variabel laten HLS dan CSR data dilihat pada Gambar 4.6, bahwa hubungan kedua variabel ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dengan besar t-value $37,21 > 1,96$. Nilai koefisien hubungan HLS dan CSR positif menunjukkan 0,91 signifikan (dalam lintasan antara HLS dan CSR). Hasil ini menunjukkan bahwa nilai koefisien yang sangat besar menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dan lemah diantara kedua variabel tersebut

Pengujian Hipotesis 3 :

H_{03} : *Halal Lifestyle* (HLS) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Pengungkapan Informasi Social* (CSR).

H_{a3} : *Halal Lifestyle* (HLS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Pengungkapan Informasi Social* (CSR)

Pada pengujian hipotesis 3, H_{03} ditolak dan diterima H_{a3} , terbukti bahwa *Halal Lifestyle* (HLS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Pengungkapan Informasi Sosial* (CSR) pada gaya hidup di industri halal.

Di Indonesia perusahaan Halal yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) terbagi dari dua kategori yaitu perusahaan yang memiliki laporan keuangan independen sebagai entitas atau badan usaha yang terdaftar di Saham Syariah/Pasar Modal Syariah dan perusahaan yang memiliki laporan keuangan independen sebagai entitas atau badan usaha yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tapi belum ter-listing di Saham Syariah/Pasar Modal Syariah. Mengingat perbedaan dalam falsafah pengelolaan perusahaan yang akan berimplikasi pada luasnya pengungkapan informasi CSR dalam kedua bentuk atau *halal lifestyle* tersebut,

Laporan Keuangan yang disusun oleh perusahaan telah sesuai dengan undang-undang, pedoman, dan peraturan yang kurang lebih telah memberikan standar atas pelaksanaan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan. Tetapi, praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia masih bersifat sukarela, hanya perusahaan yang berhubungan langsung dengan sumber daya alam dan masyarakat, maka perusahaan tersebut wajib untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility*. Kegiatan pelaksanaan industri halal Banyak mengadakan berbagai macam program sosial dari masing-masing perusahaan dari mulai kemasyarakatan, ketenagakerjaan, lingkungan dan untuk kepentingan konsumen sangat membantu sekali juga menimbulkan citra yang baik bagi pihak perusahaan tersendiri dengan menggunakan perangkat laporan keuangan yaitu perusahaan dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menjadi jembatan pengsosialisasian komunikasi kepada *stakeholder*. Pengungkapan CSR

pada Industri Halal, masih bercampur menggunakan dana non halal pada sumber dana CSR yang hendaknya dipisahkan Pengungkapan dan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* diwajibkan kepada perusahaan yang berhubungan langsung dengan sumberdaya alam, masyarakat dan belum memberikan laporan tanggung jawab sosial pada program ketenagakerjaan dan konsumen dengan rincian alokasi dan bukan hanya hasil deskripsi kegiatan saja. Strategi Industri Halal sama yaitu Dengan menjadikan kinerja lebih baik / dimata para masyarakat khususnya para investor perusahaan positif dan bertambah banyak peminat untuk kepercayaan menanamkan modalnya di industri Halal tersebut

Firman Allah Subhanwataala : Artinya :Dan barang apa saja yang kamu nafkahkan, niscaya Dia akan mengantikannya. (QS. Saba/34 : 39).

Sabda Nabi Sallahualhaihiwasaalam “Tidaklah para hamba berada di pagi hari, melainkan dipagi itu terdapat dua malaikat yang turun. Salah satunya berdo'a, Ya Allah, berikanlah ganti kepada orang yang berinfaq., sedangkan yang lain berkata Ya Allah, berikanlah kebinasaan harta kepada orang yang menahan hartanya (Al-Hadits)

Dari hasil uji penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dengan besar t-value $37,21 > 1,96$. Nilai koefisien hubungan HLS dan CSR positif menunjukkan 0,91 signifikan.

Sesuai Ma'aruf (2017) bahwa hidup halal itu akan mebawakan keberkahan, kesejahteraan seluruh manusia baik untuk diri sendiri dan masyarakat.

Maali (2006) penelitiannya berbanding terbalik menunjukkan bahwa pelaporan sosial oleh badan usaha syariah jauh dari harapan kami. Hasil Analisis juga menunjukkan bahwa industri-industri halal diharuskan untuk membayar pajak, Zakat, dan lainnya dapat memberikan lebih banyak pengungkapan sosial daripada industri yang belum sepenuhnya Halal.

Dan Santoso (2011) dalam bukunya bahwa CSR Islam dapat mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan, sehingga pemerintah terbantu untuk membangun perekonomian yang baik dan sejahtera.

4.4.4 Pengaruh *Performance of Financial Reporting* (PER) terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR)

Dari hasil pengujian diketahui :

Hasil uji pengaruh variabel laten PER dan CSR data dilihat pada Lampiran 4.6, bahwa hubungan kedua variabel ini memperlihatkan adanya hubungan yang tidak signifikan dengan besar t-value $-1,87 < 1,96$. Nilai koefisien hubungan PER dan CSR Negatif menunjukkan $-0,07$ tidak signifikan (dalam lintasan antara PER dan CSR). Hasil ini menunjukkan bahwa nilai koefisien yang besar menunjukkan adanya hubungan yang tidak signifikan.

Pengujian Hipotesis 4 :

H_{01} : *Performance of Financial Reporting* (PER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR).

H_{a1} : *Performance of Financial Reporting* (PER) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR)

Pada pengujian hipotesis 4, H_{04} diterima dan ditolak H_{a4} , terbukti bahwa *Performance of Financial Reporting* (PER) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Social (CSR) pada kinerja laporan keuangan di industri halal.

Perusahaan diharapkan akan mendapatkan legitimasi sosial, dan memaksimalkan kekuatan finansialnya dalam jangka panjang dengan mengaplikasikan CSR (Kiroyan 2006). Hal ini tidak berpengaruh/menunjukkan

bahwa perusahaan yang mengaplikasikan CSR mengharapkan adanya respon positif dari para pelaku pasar atas CSR yang ada. Berdasarkan teori legitimasi dengan mempunyai kinerja lingkungan yang tinggi maka pengungkapan akan semakin tinggi, pengungkapan tersebut akan tertulis dalam laporan tahunan sehingga masyarakat dan pelaku pasar modal akan tahu kinerja di dalam perusahaan. Penelitian Choi, Kwak dan Choe (2010) menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara CSR dan PER. Sementara itu, penelitian Siegel dan Paul (2006) menunjukkan bahwa aktivitas CSR mempunyai dampak produktif yang signifikan pada efisiensi, perubahan teknikal, dan skala ekonomi perusahaan. Menurut McGuire, et al. (1998) dalam Dahlia dan Veronica (2008), aktivitas CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan terbukti dapat meningkatkan reputasi, sehingga memperbaiki hubungan dengan pihak investor, bank, maupun lembaga pemerintahan, dan perbaikan hubungan tersebut terlihat pada keuntungan ekonomi perusahaan. Selanjutnya, Godfrey, et al. (2006) dalam Sayekti (2011) berpendapat bahwa ada "jarak" antara perusahaan dan *stakeholders*-nya (baik secara konseptual maupun secara fisik) sehingga ada lagi waktu antara action, response, dan perubahan kinerja perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian Dahlia dan Veronica (2008) yang menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan CSR dalam laporan keuangan perusahaan memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap kinerja.

Namun sebaliknya penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya menunjukkan adanya tidak berpengaruh yang signifikan yakni $t\text{-value } -1,87 < 1,96$. Nilai koefisien hubungan PER dan CSR Negatif menunjukkan $-0,07$ tidak signifikan/berpengaruh dari Praktik *Corporate Social Responsibility* di Indonesia

masih bersifat sukarela, jadi perusahaan yang berhubungan langsung dengan sumber daya alam dan masyarakat, maka perusahaan tersebut belum sepenuhnya wajib untuk melakukan *Corporate Social Responsibility*, akhirnya berdampak pada karyawan dan masyarakat serta investor, dimana sudah banyak ditemukan di media cetak/elektronik bahwa karyawan/masyarakat merasa tidak puas terhadap perusahaan-perusahaan yang sedikit memberikan hak kesejahteraannya kepada mereka. Selanjutnya *stakeholder/manajerial* harus cepat merespon baik terhadap program sosial mulai dari kemasyarakatan, ketenagakerjaan, lingkungan dan untuk kepentingan bersama, sangat membantu sekali juga menciptakan citra yang baik bagi pihak industri halal tersendiri dengan menggunakan lembaga/pengolaan sendiri dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dilaporan keuangan tahunan hingga menjadi jembatan pengsosialisasian komunikasi kepada *stakeholder*.

Dalam Al Qur'an, beberapa ayat yang mengisyaratkan ilmu akuntansi antara lain di Surah Al Baqarah (2) ayat 282, Allah SWT berfirman:

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berutang itu mengimlakkan (apa yang ditulis itu),..

4.4.5 Pengaruh *Good Corporate Government* (GCG) terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR)

Dari hasil pengujian diketahui :

Hasil uji pengaruh variabel laten GCG dan CSR data dilihat pada Lampiran table 4.8, bahwa hubungan kedua variabel ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dengan besar t-value $3,7 > 1,96$. Nilai koefisien hubungan GCG dan

CSR positif menunjukkan 0,24 signifikan (dalam lintasan antara GCG dan CSR). Hasil ini menunjukkan bahwa nilai koefisien yang besar menunjukkan adanya hubungan yang tidak signifikan dan lemah hubungan antara GCG dengan CSR.

Pengujian Hipotesis 5 :

H₀₅ : *Good Corporate Government* (GCG) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Social (CSR).

H_{a5} : *Good Corporate Government* (GCG) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Social (CSR)

Pada pengujian hipotesis 5, H₀₁ ditolak dan diterima H_{a1}, terbukti bahwa *Good Corporate Government* (GCG) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Social (CSR) pada tata kelola perusahaan yang baik di industri halal.

Khan, *et. Al* (2012) menerangkan bahwa investor asing sewajarnya memiliki nilai dan pengetahuan yang tidak sama karena disiplin dan pengalaman dipasar modal asing. Oleh sebab itu, perusahaan yang dimiliki pihak asing diharapkan untuk menyediakan laporan yang lebih banyak termasuk laporan sosial dan lingkungan untuk penentuan keputusan. Tanimoto dan Suzuki (dalam Novita, *et. al*, 2008) membuktikan bahwa kepemilikan asing di perusahaan publik di Jepang menjadi faktor pendorong digunakannya GRI Index dalam pengungkapan sosial. Novita, *et. al*, (2008) membuktikan bahwa kepemilikan asing di perusahaan publik di Jepang menjadi faktor pendorong penggunaan GRI Index dalam pengungkapan sosial. Novita *et. al* juga menyimpulkan bahwa negara-negara asing cenderung

lebih perhatian pada kegiatan serta pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Sebagaimana dijelaskan dalam Al quran surat At-Taubah ayat 105:

Artinya : Dan. Katakanlah: “Bekerjalah Kamu,maka, allah dan rasul-Nya, serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu. dan kamu Akan ,dikembalikan kepada Allah Mengetahui akan yang gaib dan nyata,lalu diberitakan-Nya kepadamu apa yang telah kamu kerjakan.”.

Ayat ini menjelaskan bahwa ummat manusia harus terus berusaha. Ketika manusia ini terus berusaha maka akan tampaklah hasil dari apa yang mereka kerjakan. Dalam hal ini. maka yang akan tampak adalah meningkatnya nilai perusahaan.

Kesimpulan yang didapat adalah kinerja perusahaan/GCG mempunyai pengaruh dengan luas pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Berdasarkan pemikiran tersebut hipotesis yang hendak diuji dalam penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dengan besar t-value $3,7 > 1,96$. Nilai koefisien hubungan GCG positif menunjukkan 0,24 signifikan terhadap pengungkapan informasi CSR dilaporan tahunan perusahaan.

4.4.6 Pengaruh *Audit Independen* terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR)

Dari hasil pengujian diketahui :

Hasil uji pengaruh variabel laten AUDIT dan CSR data dilihat pada Lampiran 4.6, bahwa hubungan kedua variabel ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dengan besar t-value $-6,59 > 1,96$. Nilai koefisien hubungan AUDIT dan CSR positif menunjukkan -0,14 signifikan (dalam lintasan antara AUDIT dan

CSR). Hasil ini menunjukkan bahwa nilai koefisien yang besar menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara AUDIT dengan CSR.

Pengujian Hipotesis 6 :

Ho₆ : *Audit independen* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR).

Ha₆ : *Audit independen* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR)

Pada pengujian hipotesis 6, Ho₁ ditolak dan diterima Ha₁, terbukti bahwa *Audit independen* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR) pada pemeriksaan laporan keuangan independen di industri halal.

Komite audit adalah jumlah personel anggota komite audit dan seberapa efektif fungsi keberadaannya. Hal ini dapat dilihat dari jumlah rapat, materi pembahasan dan hasil keputusannya yang diterapkan oleh manajemen perusahaan. Sesuai dengan Kep. 29/PM12004, komite audit adalah komite yang dibuat oleh Dewan Komisaris untuk membantu menjalankan tugas dan fungsinya. Komite Audit mempunyai tugas terpisah dalam membantu Dewan Komisaris guna memenuhi tanggung jawabnya dalam melakukan pengawasan secara menyeluruh (FCGI, 2002). Dan Komisaris menunjuk auditor independen dari beberapa pilihan yang diajukan oleh komite audit untuk melaksanakan pemeriksaan laporan keuangan secara umum.

Komite audit adalah alat yang efektif untuk melaksanakan mekanisme pengawasan, sehingga dapat mengurangi biaya agensi dan meningkatkan kualitas pengungkapan perusahaan (Foker, 1992 dalam Said et.al, 2009). Penelitian yang dilaksanakan oleh Ho dan Wong (2001) dalam Said et.al. (2009) menyatakan bahwa

keberadaan komite audit berpengaruh secara signifikan pada luas pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) yang dilaksanakan perusahaan.

Dengan demikian, dengan audit yang semakin besar dilakukan pengawasan yang dilaksanakan akan semakin baik dan bisa meningkatkan pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga pengawasan perusahaan menjadi lebih baik dan dapat dipertanggungjawabkan oleh para investor atau para pengguna laporan.

Sabda Nabi Sallahualaiwasalam : Artinya : Periksalah dirimu sebelum memeriksa orang lain. Lihatlah terlebih dahulu atas kerjamu sebelum melihat kerja orang lain. (HR. Tirmizi: 2383).

Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dengan t-value $-6,59 > 1,96$. Nilai koefisien hubungan AUDIT dan CSR positif menunjukkan 0,14 signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai koefisien yang besar menunjukkan adanya hubungan yang signifikan hubungan antara AUDIT dengan CSR.

4.4.7 Pengaruh *Halal Lifestyle* (HLS), Audit Independen terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR)

Dari hasil pengujian diketahui :

Hasil uji pengaruh variabel *Halal Lifestyle* (HLS), AUDIT dan CSR data dilihat pada Lampiran 4.6, bahwa hubungan kedua variabel ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dengan besar t-value $2,04 > 1,96$. Nilai koefisien hubungan *Halal Lifestyle* (HLS), Audit Independen terhadap *Pengungkapan Informasi Sosial* (CSR) positif menunjukkan 0,002 signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai koefisien yang besar menunjukkan adanya hubungan yang signifikan. Pengaruh *Halal Lifestyle* (HLS), AUDIT dengan CSR.

Pengujian Hipotesis 7 :

H₀₇ : *Halal Lifestyle* (HLS), Audit Independen tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Social (CSR).

H_{a7} : *Halal Lifestyle* (HLS), Audit Independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Social (CSR)

Pada pengujian hipotesis 7, *H₀₇* ditolak dan diterima *H_{a7}*, terbukti bahwa *Halal Lifestyle* (HLS), Audit Independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Social (CSR) pada pengungkapan informasi sosial (CSR) dalam penyajian laporan keuangan tahunan di industri halal.

Perusahaan akuntansi Big Four mempromosikan pentingnya mengadopsi CSR dalam bidang keuangan. Para praktisi dan akademisi mengakui bahwa ada hubungan yang ada antara tata kelola perusahaan dan CSR. Dalam penelitian berfungsi sebagai pedoman untuk mengembangkan sistem pelaporan keuangan CSR yang berkelanjutan dan memadai untuk mendukung keberlanjutan lingkungan, sosial, dan ekonomi. Diharapkan di masa depan *teori triple bottom line* (TBL) akan dikenal sebagai laporan terintegrasi (IR). Terbukti, adopsi tanggung jawab perusahaan dalam laporan keuangan memiliki kemampuan untuk meningkatkan jumlah informasi yang relevan diberikan kepada pemegang saham dan pasar bursa di seluruh dunia. (*Lemus ; 2016,*)

Dalam Al Qur'an, beberapa ayat yang mengisyaratkan ilmu akuntansi antara lain di Surah Al Baqarah (2) ayat 282, Allah SWT berfirman:

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berutang itu mengimlakan (apa yang ditulis itu),..

Digabriele; (2014 p.219) bahwa kantor akuntan publik terus membujuk perusahaan untuk menerapkan program audit berkelanjutan (*Continuous Audit*) dan pemantauan berkelanjutan (*Continuous Monitor*), tantangan kompetensi yang terkait harus dikedepankan oleh regulator dan pembuat standar.

4.4.8 Pengaruh *Halal Lifestyle (HLS)*, *Good Corporate Government (GCG)* terhadap Pengungkapan Informasi Social (CSR)

Dari hasil pengujian diketahui :

Hasil uji pengaruh variabel *Halal Lifestyle (HLS)*, *Good Corporate Government (GCG)* dan CSR data dilihat pada Lampiran 4.6, bahwa hubungan kedua variabel ini memperlihatkan adanya hubungan yang signifikan dengan besar t-value $10.28 > 1,96$. Nilai koefisien hubungan *Halal Lifestyle (HLS)*, *Good Corporate Government (GCG)* dan CSR positif menunjukkan 0,03 signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai koefisien yang besar memperlihatkan adanya hubungan yang signifikan. Pengaruh *Halal Lifestyle (HLS)*, *Good Corporate Government (GCG)* terhadap CSR.

Pengujian Hipotesis 8 :

H₀₈ : *Halal Lifestyle (HLS)*, *Good Corporate Government (GCG)* tidak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Social (CSR).

H_{a8} : *Halal Lifestyle (HLS)*, *Good Corporate Government (GCG)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Social (CSR)

Pada pengujian hipotesis 8, H_0 ditolak dan diterima H_a , terbukti bahwa *Halal Lifestyle (HLS)*, *Good Corporate Government (GCG)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR) pada pengungkapan informasi sosial (CSR) dalam penyajian laporan keuangan tahunan di industri halal.

Hal ini berarti *Good Corporate Government (GCG)* yang sehat mempunyai kecenderungan yang kuat untuk menyajikan Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal lebih tinggi. Berdasarkan analisis indikator GCG dalam menyajikan Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal, bahwa benar menurut Astrotama, (2009) menyatakan bahwa prinsip dasar keterbukaan berkaitan dengan kualitas informasi yang disajikan oleh perusahaan adalah kepercayaan investor akan sangat tergantung dengan kualitas informasi yang disampaikan perusahaan. Oleh sebab itu perusahaan dituntut untuk menyediakan informasi yang jelas, akurat, tepat waktu. Dengan istilah lain prinsip transparansi ini mengharuskan adanya keterbukaan dalam melakukan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam penyajian (disclosure) informasi yang dipunyai perusahaan yang sebagai dasar kepercayaan masyarakat terhadap penyajian pertanggungjawaban informasi sosial dalam laporan keuangan di industri halal.

Dalam Al Qur'an, beberapa ayat yang mengisyaratkan ilmu akuntansi antara lain di Surah Al Baqarah (2) ayat 282, Allah SWT berfirman:

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar.

Sehingga penelitian ini memperlihatkan terdapat hubungan yang signifikan dengan

besar t-value $10.28 > 1,96$. Nilai koefisien hubungan *Halal Lifestyle (HLS)*, *Good Corporate Government (GCG)* dan CSR positif menunjukkan 0,03 signifikan dan sesuai dengan penelitian lainnya GCG berpengaruh terhadap CSR diantara : Haniffa dkk (2004) ; Sembiring (2005); Anggraini (2006); Sayekti dan Wondabio, (2007). Farook & Lanis (2005). (*Lemus ; 2016, Digabriele; 2014*)

4.4.9 Pengaruh *Halal Lifestyle (HLS)*, *Performance of Financial Reporting (PER)* terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR).

Dari hasil pengujian diketahui :

Hasil uji pengaruh variabel *Halal Lifestyle (HLS)*, *Performance of Financial Reporting (PER)* dan CSR data dilihat pada Lampiran 4.6, bahwa hubungan kedua variabel ini memperlihatkan adanya hubungan yang signifikan dengan besar t-value $4.56 > 1,96$. Nilai koefisien hubungan *Halal Lifestyle (HLS)*, *Performance of Financial Reporting (PER)* dan CSR positif menunjukkan 0,02 signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai koefisien yang besar memperlihatkan adanya hubungan yang signifikan. *Halal Lifestyle (HLS)*, *Performance of Financial Reporting (PER)* dan CSR.

Pengujian Hipotesis 9 :

H₀₉ : *Halal Lifestyle (HLS)*, *Performance of Financial Reporting (PER)* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR).

H_{a9} : *Halal Lifestyle (HLS)*, *Performance of Financial Reporting (PER)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR)

Pada pengujian hipotesis 9, H_0 ditolak dan diterima H_a , terbukti bahwa *Halal Lifestyle (HLS)*, *Performance of Financial Reporting (PER)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Social (CSR) pada pengungkapan informasi sosial (CSR) dalam penyajian laporan keuangan tahunan di industri halal

Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR mengharapkan adanya respon positif dari para pelaku pasar atas CSR yang ada. Berdasarkan teori legitimasi dengan mempunyai kinerja lingkungan yang tinggi maka pengungkapan akan semakin tinggi, pengungkapan tersebut akan terdapat dalam laporan tahunan sehingga pelaku pasar modal dan masyarakat akan mengetahui kinerja di dalam perusahaan. Penelitian Choi, Kwak dan Choe (2010) menunjukkan terdapat hubungan positif dan signifikan antara CSR dan PER. Sementara itu, penelitian Siegel dan Paul (2006) menunjukkan bahwa kegiatan CSR mempunyai dampak produktif yang signifikan pada efisiensi, perubahan teknikal dan skala ekonomi perusahaan. Menurut McGuire, et al. (1998) dalam Dahlia dan Veronica (2008), aktivitas CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan dapat membuktikan meningkatnya reputasi, sehingga dapat memperbaiki relasi dengan pihak bank, investor, ataupun lembaga pemerintahan, dan perbaikan hubungan tersebut terlihat pada keuntungan ekonomi perusahaan

Pengungkapan kinerja perusahaan itu merupakan suatu kewajiban setiap muslim yang beriman Firman Allah Subhanwataala : QS 99:7-8

Artinya setiap perbuatan didunia akan dihisab (dihitung) walaupun sebihi dzahraa di akhirat kelak.

Hadits HR Bukhori dan Muslim No 2751 : Rosulullah bersabda : Setiap kalian adalah pemimpin, dan setiap pemimpin akan dimintai pertanggungjawaban atasnya.

Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dengan besar t-value $4.56 > 1,96$. Nilai koefisien hubungan *Halal Lifestyle (HLS)*, *Performance of Financial Reporting (PER)* dan *CSR* positif menunjukkan 0,02 signifikan.

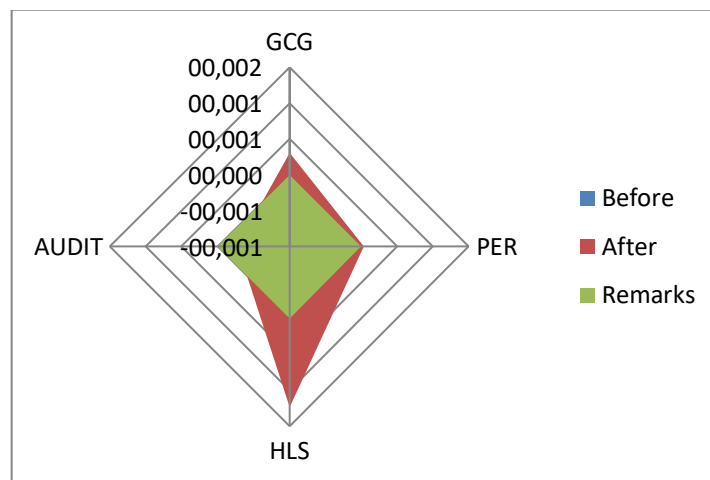
4.4.10 Pengujian Hipotesis TSR Approach

Pengujian Hipotesis Dampak Complementary dalam Circular Causation.

Gambar 4.3 Dampak Complementary Dalam Circular Causation

GCG-PER-HLS-AUDIT

Picture History for TSR Analysis



Sumber : Data diolah

Tabel 4.9 - Table Knowledge Induced Basic Analysis

<i>Knowledge Induced Basis Analysis</i>			
	<i>Before</i>	<i>After</i>	<i>Remarks</i>
GCG	0,1296	0,3081	<i>Learning Process</i>
PER	-0,0071	0,0401	<i>Learning Process</i>
HLS	0,903514	1,234991	<i>Learning Process</i>
AUDIT	-0,508658	-0,278564	<i>Learning Process</i>

Sumber : data diolah

Interprestasi TSR :

4.4.10.1 Dampak *Complementary* dalam *Circular Causition* pada *Good Corporate Government (GCG)* dalam menyajikan Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal.

Hasil hipotesis menunjukkan dampak *complementary* dalam *Circular Causition* diketahui bahwa *Good Corporate Government (GCG)*, *Performance of Financial Reporting (PER)*, *Halal Lifestyle (HLS)*, dan Audit independen secara simultan dan saling berhubungan. Berdasarkan uji *TSR* terjadi bahwa *Good Corporate Government (GCG)* mengalami *learning process* peningkatan (*inreasing*) (senilai 1,79), dari nilai sebelumnya (0,1296) menjadi nilai sesudahnya (0,3081) pada proses pembelajaran pengetahuan dalam menyajikan Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal terjadi perbaikan. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Good Corporate Government (GCG)* mempunyai pengaruh yang kuat dan arah pengaruh yang positif sebagaimana ditunjukkan oleh nilai $GCG (+): \theta \{0,3081\} - \{0,1296\} = 1,79$. Hal ini berarti *Good Corporate Government (GCG)* yang sehat mempunyai kecenderungan yang kuat untuk menyajikan Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal lebih tinggi. Berdasarkan analisis indikator *GCG* dalam menyajikan Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal, bahwa benar menurut Astrotama, (2009) menyatakan bahwa prinsip dasar transparansi berkaitan dengan kualitas informasi yang disiapkan oleh perusahaan adalah kepercayaan investor akan sangat tergantung dengan kualitas informasi yang diberikan perusahaan.

Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk menyediakan informasi yang jelas, akurat, tepat waktu. Dengan kata lain prinsip transparansi ini menginginkan adanya keterbukaan dalam melakukan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam penyajian (disclosure) informasi yang dimiliki perusahaan yang sebagai dasar kepercayaan masyarakat terhadap penyajian pertanggungjawaban informasi social dalam laporan keuangan di industri halal .

4.4.10.2 Dampak *Complementary* dalam *Circular Causition* pada *Performance of Financial Reporting (PER)* dalam menyajikan Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal.

Hasil hipotesis menunjukkan dampak *complementary* dalam *Circular Causition* diketahui bahwa *Good Corporate Government (GCG)*, *Performance of Financial Reporting (PER)*, *Halal Lifestyle (HLS)*, dan Audit independen secara simultan dan saling berhubungan, berdasarkan uji *TSR* terjadi bahwa *Performance of Financial Reporting (PER)* mengalami *learning process* peningkatan (*inreasing*), dari nilai sebelumnya (-0,0071) menjadi nilai sesudahnya (0,0401) pada proses pembelajaran pengetahuan dalam menyajikan Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal terjadi perbaikan. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Performance of Financial Reporting (PER)* mempunyai pengaruh yang kuat dan arah pengaruh yang positif sebagaimana ditunjukkan oleh nilai $PER (+): \theta \{0,0401\} - \{-0,0071\} = 0,047$. Hal ini berarti *Performance of Financial Reporting (PER)* yang sehat mempunyai kecenderungan yang kuat untuk membentuk Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal. Berdasarkan

analisis indikator *Performance of Financial Reporting (PER)* dalam menyajikan Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal. Berdasarkan *strategic stakeholder management model*, aktivitas CSR dikaitkan dengan strategi perusahaan dalam hubungannya dengan para *stakeholder* yang tujuannya adalah untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Kebijakan dan program CSR dikatakan strategis jika hal itu memberikan manfaat bagi perusahaan, terutama dalam mendukung kegiatan utama perusahaan dan memberikan kontribusi bagi efektivitas perusahaan dalam mencapai tujuannya (Burke, *et. al.*, 1996 dalam Sayekti, 2011), dalam membentuk Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal.

4.4.10.3 Dampak *Complementary* dalam *Circular Causation* pada *Halal Lifestyle (HLS)* dalam membentuk Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal.

Hasil hipotesis menunjukkan dampak *complementary* dalam *Circular Causation* diketahui bahwa *Good Corporate Government (GCG)*, *Performance of Financial Reporting (PER)*, *Halal Lifestyle (HLS)*, dan Audit independen secara simultan, berdasarkan uji *TSR* terjadi bahwa *Halal Lifestyle (HLS)* mengalami *learning process* peningkatan (*inreasing*), dari nilai sebelumnya (0,905) menjadi nilai sesudahnya (1,235) pada proses pembelajaran pengetahuan dalam menyajikan Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Halal Lifestyle (HLS)* mempunyai pengaruh yang kuat dan arah pengaruh yang positif sebagaimana ditunjukkan oleh nilai HLS (+): $\theta \{1,235\} - \{0,905\} = 0,331$. Oleh karena nya hal

ini perlu dipertahankan bahwa *Halal Lifestyle* (HLS) dalam membentuk/menyajikan Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal, yang semakin kondusif dalam Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal dan *learning process* ini adalah dampak dari ketenangan bathin para *stakeholder*/karyawan yang mayoritas dan hampir seluruhnya beragama Islam, berkeyakinan bahwa bekerja pada industri halal, bekerja sekaligus melaksanakan ajaran Islam dan merupakan ibadah *mahdloh* dan *muammalah* (*ghairo mahdloh*).

4.4.10.4 Dampak *Complementary* dalam *Circular Causation* pada Audit Independen dalam membentuk Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal.

Hasil hipotesis menunjukkan dampak *complementary* dalam *Circular Causation* diketahui bahwa *Good Corporate Government (GCG)*, *Performance of Financial Reporting (PER)*, *Halal Lifestyle (HLS)*, dan Audit Independen secara simultan, berdasarkan uji *TSR* terjadi bahwa Audit Independen secara simultan berpengaruh terhadap Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal, mengalami *learning process*, artinya Audit Independen berpengaruh terjadi positif dari nilai sebelumnya (-0,509) menjadi nilai sesudahnya (-0.279) pada proses pembelajaran dan pengetahuan dalam membentuk Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal. Hal inilah sangat berpengaruh positif bahwa dampak *learning process* Audit Independen pada Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri

halal. Hasil analisis menunjukkan bahwa Audit Independen mempunyai pengaruh yang kuat dan arah pengaruh yang positif sebagaimana ditunjukkan oleh nilai Audit Independen (+): $\theta \{-0,279\} - \{-0,509\} = 0,230$. Menurut Boyton, Johnson & Kel (2003:2) “hasil audit mengenai objektif asersi-aseri kegiatan dan peristiwa ekonomi, dengan tujuan menetapkan drajat kesesuaian antara asersi-aseri tersebut dengan kreteria yang telah ditetapkan sebelumnya serta penyampaian hasil-hasilnya kepada pihak-pihak yang berkepentingan”

Audit Independen dalam Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal dapat memberikan terciptanya *trust* (kepercayaan) baik stakeholder, investor, masyarakat, karyawan dan publik terhadap entitas industri halal.

Pengujian hipotesis berdasarkan *TSR* ini menunjukkan bahwa *Good Corporate Government (GCG)*, *Performance of Financial Reporting (PER)*, *Halal Lifestyle (HLS)*, dan Audit Independen secara simultan berpengaruh pada Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal, yang berdampak *substitution competition effect* dalam membentuk Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal. Pengujian hipotesis berdasarkan pengujian *TSR* dampak *Complementary* dalam *Circular Causition* pada GCG-PER-HLS-AUDIT dalam membentuk Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal.

GCG: $\Theta \{0,3081\} - \{0,1296\} = 1,79 (+)$

PER : $\Theta \{0,0401\} - \{-0,0071\} = 0,047 (+)$

HLS : $\Theta \{1,235\} - \{0,905\} = 0,331 (+)$

$$\text{AUDIT} : \ominus \{-0,279\} - \{-0,509\} = 0,230 (+)$$

$\ominus = (+) (+) > (-)$, hasil pengujian bahwa proses *IIE* ini yang berdampak terjadi *Complementary effect* GCG-PER-HLS-AUDIT secara simultan membentuk penguatan dan saling menguatkan dalam membentuk Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal. Tentunya melalui proses pembelajaran yang terus menerus dalam membentuk Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal. Terbukti berdasarkan konsep *IIE* bahwa *Good Corporate Governent (GCG)*, *Performance of Financial Reporting (PER)*, *Halal Lifestyle (HLS)*, dan Audit Independen secara simultan berdampak positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal.

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI PENELITIAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dibahas pada BAB IV diatas, penulis dapat mengambil kesimpulan dari temuan-temuan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Hasil analisis *Halal Life Style* (HLS) berpengaruh positif terhadap *Performance of Financial Reporting* (PER) pada industri halal perusahaan. Dalam perspektif *Halal Lifesyle*, *profit* atau laba usaha hasil dari pengelolaan asset dan sumber daya perusahaan melalui berbagai kegiatan yang sesuai prinsip-prinsip halal yang ditetapkan oleh BAPEPAM yakni pembiayaan berbasis bunga tidak lebih dari 45% dari total asset.

Dalam Al-Qur'an Allah SWT berfirman dalam Shurah Al- Baqoroh Ayat 175 sebagai berikut:

Artinya: Orang-orang yang makan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu. adalah disebabkan mereka berpendapat bahwa jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

Dan dalam halal *lifestyle* memperoleh laba usaha dapat menseleksi segala peluang ekonomi yang ada memilih hanya aktivitas bisnis yang sesuai dengan

pola hidup halal /prinsip syariah, sehingga keberadaan laba yang diperoleh akan digunakan untuk memenuhi kewajiban kepada semua stakeholder, investor, pihak ke tiga, karyawan, vendor dengan baik. Secara partial HLS berpengaruh signifikan terhadap PER.

2. Hasil analisis *Halal Life Style* (HLS) berpengaruh positif terhadap *Good Corporate Governance* (GCG). *Good Corporate Governance* dijalankan dengan baik / halal *lifestyle* maka kemakmuran sebagai wujud keadilan social, sehingga kekayaan, penguasaan sumberdaya ekonomi dan pemanfaatannya tidak hanya dimiliki oleh sebagian kecil masyarakat atau hanya dimiliki oleh kaum pemodal besar atau kaum kapitalis. Dalam hal distribusi penguasaan dan pemanfaatan sumber daya ekonomi untuk tujuan kemakmuran bersama, Islam sangat menganjurkan untuk berlaku adil. Dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 8, Allah berfirman :

Artinya : Hai orang-orang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan kebenaran karena Allah, menjadi saksi dengan adil, dan janganlah sekali-sekali kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk tidak berlaku adil. Berlaku adila, karna adil itu lebih dekat kepada takwa dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan (Qs : 5 : 8).

Keadilan dalam muamalah ekonomi adalah prinsip yang penting dan merupakan azas filosofis dasar akuntansi syariah sehingga tercapai keseimbangan, keserasian, keharmonisan dan kesejahteraan bagi semua pihak dalam mewujudkan tujuan bersama untuk mencapai "al-falah" atau wellbieng yaitu tujuan dan sasaran akhir muamalah ekonomi syariah (Harahap, 2010)

Temuan ini secara partial HLS berpengaruh signifikan terhadap GCG.

3. Hasil analisis *Halal Life Style* (HLS) berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kegiatan pelaksanaan industri halal banyak menciptakan berbagai program sosial dari tiap-tiap perusahaan dari mulai kemasyarakatan, ketenagakerjaan, lingkungan dan untuk kepentingan konsumen sangat membantu dan juga menimbulkan citra yang baik bagi pihak perusahaan tersendiri dengan memakai perangkat laporan keuangan yaitu perusahaan dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menjadi jembatan pengsosialisasian komunikasi kepada *stakeholder*, hal ini dalam kehidupan halal yang sesuai prinsip Islam maka pengungkapan informasi pertanggungjawaban social (CSR) akan lebih baik. Temuan ini secara partial HLS berpengaruh signifikan terhadap CSR.
4. Hasil analisis *Performance of Financial Reporting* (PER) berpengaruh negatif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perusahaan diharapkan akan mendapatkan legitimasi sosial, dan memaksimalkan kekuatan finansialnya dalam waktu panjang dengan menerapkan CSR (Kiroyan 2006). Hal ini tidak mencerminkan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR mengharapkan adanya respon positif dari para pelaku pasar atas CSR yang ada. Berdasarkan teori legitimasi, dengan memiliki kinerja lingkungan yang tinggi maka pengungkapan akan semakin tinggi, pengungkapan tersebut akan masuk dalam laporan tahunan sehingga pelaku pasar modal dan masyarakat akan mengetahui kinerja di dalam perusahaan. *Temuan ini* secara partial PER tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR.

5. Hasil analisis *Good Corporate Governance* (GCG) berdampak positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Khan, *et. Al* (2012) menerangkan bahwa investor asing umumnya memiliki nilai dan wawasan yang berbeda karena disiplin dan pengalaman dipasar modal asing. Oleh sebab itu, perusahaan milik pihak asing diharapkan untuk menyiapkan laporan lebih banyak termasuk laporan sosial dan lingkungan guna pengambilan keputusan. Tanimoto dan Suzuki (dalam Novita, *et. al*, 2008) membuktikan bahwa kepemilikan asing di perusahaan publik di Jepang menjadi faktor yang mendorong digunakannya GRI Index dalam pengungkapan sosial. Novita, *et. al*, (2008) membuktikan bahwa kepemilikan asing di perusahaan publik di Jepang menjadi faktor pendorong penggunaan GRI Index dalam pengungkapan sosial. Novita *et. al* juga menyimpulkan bahwa negara-negara asing cenderung lebih perhatian terhadap aktivitas serta pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Sebagaimana dijelaskan dalam Al-quran surat At-Taubah ayat 105:

Artinya : Dan. Katakanlah: “Bekerjalah Kamu, maka, Allah dan Rasul-Nya, serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu. dan kamu Akan ,dikembalikan kepada Allah Mengetahui akan yang gaib dan nyata,lalu diberitakan-Nya kepadamu apa yang telah kamu kerjakan.”.

Ayat ini menjelaskan bahwa umat manusia harus terus berusaha. Ketika manusia ini terus berusaha maka akan tampaklah hasil dari apa yang mereka kerjakan. Dalam hal ini. maka yang akan tampak adalah meningkatnya nilai perusahaan.

Temuan ini secara parsial GCG berpengaruh signifikan terhadap CSR.

6. Hasil analisis Audit Independen berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Komite audit yaitu komite yang dibuat oleh Dewan Komisaris untuk membantu menjalankan tugas dan fungsinya. Komite Audit mempunyai tugas terpisah dalam membantu Dewan Komisaris memenuhi tanggung jawabnya dalam menjalankan pengawasan secara menyeluruh (FCGI, 2002). Dan Komisaris menunjuk auditor independen dari beberapa pilihan yang diajukan oleh komite audit untuk melaksanakan pemeriksaan laporan keuangan secara umum.

Komite audit merupakan perangkat yang efektif untuk melakukan tata cara pengawasan, sehingga dapat menekan biaya agensi serta meningkatkan kualitas pengungkapan perusahaan (Foker, 1992 dalam Said et.al, 2009). Penelitian yang dilakukan oleh Ho dan Wong (2001) dalam Said et.al. (2009) menyatakan bahwa adanya komite audit berpengaruh secara signifikan terhadap luas pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) yang dilakukan perusahaan. Temuan ini secara parsial Audit berpengaruh signifikan terhadap CSR.

7. Hasil analisis *Halal Life Style* (HLS) dan Audit Independen berpengaruh pada *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perusahaan akuntansi Big Four mempromosikan pentingnya mengadopsi CSR dalam bidang keuangan. Para praktisi dan akademisi mengakui bahwa ada hubungan yang ada antara tata kelola perusahaan dan CSR. Dalam penelitian berfungsi sebagai pedoman untuk mengembangkan sistem pelaporan keuangan CSR yang berkelanjutan dan memadai untuk mendukung keberlanjutan lingkungan, sosial, dan ekonomi. Diharapkan di masa depan *teori triple bottom line* (TBL) akan

dikenal sebagai laporan terintegrasi (IR). Terbukti, adopsi tanggung jawab perusahaan dalam laporan keuangan memiliki kemampuan untuk meningkatkan jumlah informasi yang relevan diberikan kepada pemegang saham dan pasar bursa di seluruh dunia. (*Lemus ; 2016,*)

Dalam Al Qur'an, beberapa ayat yang mengisyaratkan ilmu akuntansi antara lain di Surah Al Baqarah (2) ayat 282, Allah SWT berfirman:

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berutang itu mengimlakan (apa yang ditulis itu),..

Digabriele; (2014 p.219) bahwa kantor akuntan publik terus membujuk perusahaan untuk menerapkan program audit berkelanjutan (*Continuous Audit*) dan pemantauan berkelanjutan (*Continuous Monitor*), tantangan kompetensi yang terkait harus dikedepankan oleh regulator dan pembuat standar.

Temuan ini secara simultan HLS dan Audit berpengaruh signifikan/ positif terhadap CSR.

8. Hasil analisis *Halal Life Style* (HLS) dan *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Hal ini berarti *Good Corporate Government* (GCG) yang sehat mempunyai kecenderungan yang kuat untuk menyajikan Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal lebih tinggi. Berdasarkan analisis indikator GCG dalam menyajikan Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam

laporan keuangan tahunan di industri halal, bahwa benar menurut Astrotama, (2009) menyatakan bahwa prinsip dasar transparansi berhubungan dengan kualitas informasi yang disajikan oleh perusahaan adalah kepercayaan investor akan sangat tergantung dengan kualitas informasi yang disampaikan perusahaan. Oleh sebab itu perusahaan diharuskan untuk menyediakan informasi yang jelas, akurat, tepat waktu. Dengan istilah lain prinsip transparansi ini menghendaki adanya keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam penyajian (disclosure) informasi yang dimiliki perusahaan yang sebagai dasar kepercayaan masyarakat terhadap penyajian pertanggungjawaban informasi social dalam laporan keuangan di industri halal.

Dalam Al Qur'an, beberapa ayat yang mengisyaratkan ilmu akuntansi antara lain di Surah Al Baqarah (2) ayat 282, Allah SWT berfirman:

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar.

Penelitian ini secara simultan HLS dan GCG berpengaruh signifikan/ positif terhadap CSR.

9. Hasil analisis *Halal Life Style* (HLS) dan *Performance of Financial Reporting* (PER) berpengaruh pada *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Berdasarkan teori legitimasi dengan memiliki kinerja lingkungan yang tinggi maka pengungkapan akan semakin tinggi, dalam laporan tahunan pengungkapan tersebut akan dicantumkan sehingga masyarakat dan pelaku pasar modal akan mengetahui kinerja di dalam perusahaan. Penelitian Choi, Kwak dan Choe (2010) menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan

antara CSR dan PER. Sementara itu, penelitian Siegel dan Paul (2006) menunjukkan bahwa aktivitas CSR mempunyai dampak atau efek produktif yang signifikan pada efisiensi, perubahan teknikal, dan skala ekonomi perusahaan. Menurut McGuire, et al. (1998) dalam Dahlia dan Veronica (2008), kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat membuktikan peningkatan reputasi, sehingga memperbaiki hubungan dengan pihak bank, investor, maupun lembaga pemerintahan, dan dapat tercermin pada keuntungan ekonomi perusahaan

Pengungkapan kinerja perusahaan itu merupakan suatu kewajiban setiap muslim yang beriman Firman Allah Subhanwataala : QS 99:7-8

Artinya setiap perbuatan didunia akan dihisab (dihitung) walaupun sebiji dzahraa di akhirat kelak.

Hadits HR Bukhori dan Muslim No 2751 : Sabda Rosulullah: Setiap kalian adalah pemimpin, dan setiap pemimpin akan dimintai pertanggungjawaban atasnya.

Dalam perspektif Halal *Lifesytle, profit* atau laba usaha hasil dari pengelolaan asset dan sumber daya perusahaan melalui berbagai kegiatan yang sesuai prinsip-prinsip halal yang ditetapkan oleh BAPEPAM yakni pembiayaan berbasis bunga tidak lebih dari 45% dari total asset.

Dalam Al-Qur'an Allah SWT berfirman dalam Shurah Al- Baqoroh Ayat 175 sebagai berikut:

Artinya: Orang-orang yang makan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berpendapat bahwa jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

Dan dalam halal *lifestyle* memperoleh laba usaha dapat menseleksi segala peluang ekonomi yang ada memilih hanya aktivitas bisnis yang sesuai dengan pola hidup halal /prinsip syariah, sehingga keberadaan laba yang diperoleh akan digunakan untuk memenuhi kewajiban kepada semua stakeholder, investor, pihak ke tiga, karyawan, vendor dengan baik.

Ibnu Sirin berkata “siapa yang meninggalkan sesuatu karna Allah, maka akan diberikan ganti yang lebih baik/keberkahan dari itu yakni kecintaan dan kerinduan pada Allah, ketenangan hati dan ridha kepada Allah (Al-Fawaid, Hal. 166 dan HR. Ahmad 5 : 363)

Profitabilitas meningkat maka kewajiban untuk membayar dapat terpenuhi segera seperti memeneuhi kesejahteraan karyawan, pembagian deviden, mengadakan kegiatan social dan lainnya.

Penelitian ini secara simultan HLS dan PER berpengaruh signifikan/ positif terhadap CSR.

10. Pengujian hipotesis berdasarkan *TSR* ini menunjukkan bahwa *Good Corporate Government (GCG)*, *Performance of Financial Reporting (PER)*, *Halal Lifestyle (HLS)*, dan Audit Independen secara simultan berpengaruh pada Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal, yang berdampak *substitution competition effect* dalam membentuk Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal. Tentunya melau proses pembelajaran yang terus menerus dalam membentuk Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal. Terbukti berdasarkan konsep *IIE*

bahwa *Good Corporate Government (GCG)*, *Performance of Financial Reporting (PER)*, *Halal Lifestyle (HLS)*, dan Audit Independen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal.

Dan apabila *Halal Lifestyle* ini dijalankan dengan baik maka *learning process* tersebut akan berdampak secara *GLOBAL SYSTEM* (menyeluruh) berupa perekonomian Indonesia tumbuh, para investor lebih percaya/aman, karyawan dan rakyat akan merasakan kesejahteraan, sehingga tercapailah ketenangan hidup dan kehidupan lahir dan bathin, pribadi, keluarga, dan masyarakat yang mencita-citakan hidup selamat bahagia dunia dan akhirat, *baladun taoyyibatun wa rabbun ghofur*.

5.2 Implikasi Penelitian

5.2.1 Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab IV dapat diambil beberapa poin sebagai implikasi teoritikal diantaranya adalah:

1. Penerapan *Halal Lifestyle* terhadap *good corporate governance* terjaln baik pada pelaksanaan mekanisme, proses dan pembentukan struktur GCG, namun bila dijalankan dengan baik dan terstruktur, akhirnya akan memberikan dampak ke arah positif kepada peningkatan nilai perusahaan didalam pengungkapan CSR di laporan keuangan tahunan. Temuan dalam penelitian ini tentang pengaruh mekanisme GCG selaras dengan temuan beberapa peneliti sebelumnya seperti

temuan Anggraini (2006), Sembiring (2005) dan mendukung tesis Daniri (2008) tentang pentingnya penerapan GCG;

2. Penerapan *Halal Lifestyle* yang berpengaruh positif terhadap *Performance of Financial Reporting* menunjukkan kearah peningkatan nilai perusahaan *Halal Lifestyle* dan dari faktor psikologis perilaku ekonomi masyarakat investor, dimana *Halal Lifestyle* terhadap PER menunjukkan pendrive volume dan frekuensi transaksi di pasar sekunder. Peningkatan volume dan frekuensi transaksi pada saham-saham Halal yang tersebar dan tidak hanya dimiliki oleh segelintir investor besar yang terbatas akan meningkatkan likuiditas pasar, sehingga saham dapat diperjual belikan dengan lancar. Minat investor yang lebih banyak berinvestasi pada saham-saham yang likuid dapat mendorong peningkatan nilai saham bahkan banyak saham-saham yang berkinerja baik dibeli pada harga premium atau over value secara nilai teoritisnya,
3. Penelitian sebelumnya tentang tema pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan lebih pada beberapa faktor yang berpengaruh, tetapi masih sedikit yang meneliti peran dan pengaruh pengungkapan informasi tanggungjawab sosial perusahaan dengan dimensi Halal dan Tawhidi Approach. Seperti temuan tentang hubungan ukuran dewan komisaris dengan pengungkapan informasi CSR pada penelitian Anggarini (2006) selaras dengan temuan Farook dan Lanis (2005) tetapi berbeda dengan temuannya Sembiring (2005).
4. Dimensi Tawhidi dapat digunakan sebagai tambahan dimensi selain dimensi *wellbeing, social, economy* dan *environment* dalam pengukuran indeks *Islamic Social Reporting (ISR)* sebagai pengembangan dari 3 dimensi utama dalam pengukuran indeks *ISR* yang telah dikembangkan oleh AAOIFI (*Accounting and*

Auditing Organization for Islamic Financial Institution) yang berpusat di Bahrain.

5. Penelitian Tawhidi ini menghasilkan adanya pengaruh reciprocal, GCG halal life style Performance financial reporting dan audit independent yang saling berkesinambungan dari satu variable ke variable lainnya sehingga makin berdampak lebih kuat atau sebagai learning process dalam pengungkapan informasi social(CSRD) hal ini akan mempengaruhi kepada perusahaan – perusahaan industry halal, selanjutnya ini dapat di jadikan pembelajaran bagi dunia pendidikan atau para pengguna bisnis serta pemerintah.

5.2.2 Implikasi Manajerial

Halal Lifestyle merupakan kebaikan sehingga sejumlah negara dan beberapa negara di Asia seperti Korea, Jepang bahkan Australia tidak ragu mengembangkan Halal. Kesadaran masyarakat terhadap halal kini terus meningkat dalam kehidupan masyarakat menjadi tren dan kebutuhan. Dalam pengungkapan informasi tanggung jawab sosial (*CSR Disclosure*) di industri halal merupakan upaya yang baik, untuk mengungkapkan/menyajikan informasi social pada laporan keuangan tahunan, dengan betujuan membantu manajemen dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Berdasarkan hasil temuan penelitian, maka penulis ingin memberikan masukan dan semoga dapat bermanfaat bagi kelangsungan kinerja perusahaan industri halal dimasa yang akan datang.diantranya sebagai beikut :

1. Manajemen perusahaan dapat membuat *corporate policy* untuk meningkatkan kinerja operasionalnya dengan sungguh-sungguh, mengimplimentasikan

prinsip-prinsip *good corporate governance* pada setiap level pengambil keputusan dan pada lini bisnisnya.

2. Peran hidup Halal *Lifestyle* sebagai moto usaha perusahaan halal untuk berkontribusi meningkatkan nilai perusahaan secara maksimal untuk selalu menjaga prinsip-prinsip hidup halal, sehingga kinerja perusahaan menjadi lebih baik/berkah/ diridhoi Allah Subhanawataala.
3. Peran dewan komisaris dan komite audit untuk mendorong manajemen dalam melakukan pengungkapan luas tanggungjawab social perusahaan baik pada media pelaporan baku dlam laporan tahunn perusahaan maupun publikasi di website milik perusahaan atau media lainnya.
4. Perusahaan lebih baik lagi dalam mengadakan pengadaan program-program social baik untuk karyawan, masyarakat, lingkungan dan lainnya, hal ini penting untuk menciptakan kinerja perusahaan lebih dipercaya baik investor, karyawan dan masyarakat serta pemerintah, sehingga kegiatan informasi social berjalan baik dan diberkahiNya.
5. Perusahaan diharapkan Halal Lifestyle sebagai pedoman untuk *susuitnable development* (pengembangan berkelanjutan), sehingga *performance of reporting* lebih baik.
6. Secara umum semua faktor yang memberi pengaruh terhadap pengungkapan informasi tanggungjawab social (CSR) baik dari factor keuangan atau non-keuangan perlu diperhatikan oleh manajemen perusahaan secara bersamaan tanpa prinsip sekala prioritas.
7. Kepada pemegang otoritas baik Pemerintah melalui Kementrian Keuangan, Otoritas Jasa Keuangan dan Bank Indonesiasupaya membuat tambahan

regulasi baru untuk lebih mendorong pengungkapan pertanggungjawaban informasi social.

5.2.3 Keterbatasan Penelitian

Beberapa hal yang menjadi catatan penelitian sehubungan keterbatasan pada penelitian ini diantaranya adalah :

8. Keterbatasan sampel penelitian di industri Halal. Populasi dari sektor Industri Halal yakni pertambangan, manufaktur, trading dan developer sebanyak 44 entitas. Adapun industry halal lainnya belum, sehingga hal ini yang menyebabkan kekurangan sampel perusahaan.
9. Keterbatasan lain jumlah observasi dalam penelitian yang tidak bias menggunakan observasi triwulan karena variabel pengungkapan informasi tanggungjawab social adalah berdasarkan pengungkapan pada laporan tahunan dan tidak bisa dilakukan pada laporan bulanan dan triwulan. Durasi waktu penelitian ini juga terbatas, dirasa kurang memadai untuk penelitian yang berkualitas sehingga pemaparan dan studi pustaka masih harus disempurnakan lagi.
10. Keterbatasan pada aspek metodologi khususnya pada pengembangan konseptual penelitian dan pengukuran variabel, dimana semua variabel dinilai secara studi dokumentasi dengan penilaian berdasarkan *check list* dan perhitungan rasio, atau semua variabel bersumber dari data skunder. Ada beberapa dimensi dari variabel Halal dan lainnya yang seharusnya dapat dilakukan kombinasi saat pengukuran melalui kuisisioner atau melalui data primer.

5.3 Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya

Saran dan masukan untuk penelitian selanjutnya dengan menyempurnakan kekurangan yang ada dalam penelitian ini, diharapkan peneliti selanjutnya sebaiknya dilakukan penelitian pada entitas industri halal mencakup entitas industri halal lainnya atau keuangan / non keuangan yang lebih luas dengan jumlah industri halal dan responden yang lebih banyak, baik status *good corporate governance*-nya sebagai variabel dependen, kinerja perusahaan sebagai variabel dependen serta audit independen.

Saran untuk peneliti selanjutnya bahwa Program Studi *Islamic Economic and Finance* yang banyak mempergunakan metodologi *Tawhidi String Relation* dengan *simultaneous equation dan wellbeing function*, serta memasukan nilai-nilai yang dimaksudkan oleh metodologi *Tawhidi String Relation (TSR)*, dan juga untuk studi perbandingan penelitian Islami. Sebagai penyempurnaan dengan konsep; *TSR (Tawhidi String Relation)* dan *IIE (Interactive Integrate Evaluation)*, sehingga tampak dampak *Complementary Effect* dalam *circular Causation, GCG, Performance of Financial Reporting (PER), Halal Lifestyle (HLS)* dan Audit Independen dalam membentuk/menyajikan pengungkapan tanggungjawab informasi social (*CSR Disclosure*) pada laporan keuangan tahunan di industri halal berbasis Islami lainnya dan merupakan *value added* dalam penelitian berbasis konsep Islami.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an, Terjemahan Kementerian Agama Republik Indonesia, 2010.
Al-Hadits, Hadits Shohih kitabul Shohih Imam Bukhori dan Imam Muslim

BUKU

- Aren, A., Randal J., Mark, S., Beasley (2006); *Auditing and Assurance Services; An Integrated Approach 11 edition*.
- Belkaoui, A (2006). *Teori Akuntansi 5th* (buku 1). Jakarta: Salemba Empat.
- Chapra, F. (1982). "The System view of life" in his the turning point : London, Flamingo, PP. 205-232.
- Chowdhury, M. A. (1992). *The Principles of Islamic Political Economy, A Methodological Enquiry, New York: St Martin Press*.
- Chowdhury, M. A. (2000), *The Islamic Worldview Socio-Scientific Perspectives*, London: Kegan Paul International.
- Chowdhury, M. A. (2004), *The Islamic World-System : a study in Policy Market Interaction*, London EC4P 4EE : RoutledgeCurzon.
- Chowdhury, M. A. (2013). *Handbook of Tawhidi Methodology : Economic, Finance, Society and Science*. Jakarta: Trisakti University Press.
- Freeman, R. Edward. (1994). *Strategic Management: A stakeholders Approach*. Boston.
- Friedman, Milton (1982). *Capitalism and Freedom*. The University of Chicago Press, Ltd., London
- Ghozali, I dan A. Chariri. (2007). *Teori Akuntansi*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2007). *Analisis multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Gray, R., Owen, D., & Adams, C. (1996). "Accounting and Accountability". Hemel Hempstead: Prentice Hall.
- Harahap, S. S. (2008), "Kerangka Teori Akuntansi Syariah" Jakarta: Penerbit Quantum
- Harahap, S. S. & Chowdhury, M.A. (2010), "Social Accounting in Islamic Political Economy", *Journal of Accounting Theory*, School of Business, Cape Breton University, Nova Scotia, Canada.
- Harahap, S. S. (1997), *Akuntansi Islam*: Jakarta: Bumi Aksara.
- Harahap, S. S. (2001), *Menuju Perumusan Akuntansi Islam*, Jakarta: Penerbit Quantum
- Hendricksen, E. S & Breda, Michael. (1991). *Accounting Theory*. United States: Southern Methodist University.
- IAI. *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK)*. Rev. (2004). Jakarta: Salemba Empat
- Jones, Gareth, R., and Jennifer, M.G. (2003). *Contemporary Management*. Third Edition. McGraw-Hill.

- Kadir (2016), "Statistika Terapan : Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam penelitian. Jakarta. Rajawali Pers.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2007). Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No. 101-106. Jakarta: Salemba Empat.
- Mingka, Agustianto, (2013). "Maqashid Syariah dalam ekonomi dan keuangan syariah"., Iqtishad Publishing, Jakarta.
- Mulyadi. (2002). *Auditing: Jilid 1 Edisilinam*, Jakarta: Salemba Empat
- Patten, D.M. (1991), "*Exposure, Legitimacy, and Social Disclosure*", Journal of Accounting and Public Policy, Vol. 10
- Pemerintah Indonesia, (2007). UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 1999 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 1998 Tentang Informasi Keuangan Tahunan Perusahaan.
- PSAK 100 sd 106 Tentang Akuntansi Syariah, IAI, Jakarta (2010).
- Riadi,Edi. (2018). "Statistik *SEM Structur Equation Modeling* dengan LISREL" Penerbit Andi Yogyakarta.
- Saidi dan Abidin (2004). "Menjadi Bangsa Pemurah : Wacana praktek kedermawanan Sosial di Indonesia, Jakarta. Piramedia.
- Santoso, Budi, (2011). "Wakaf untuk perusahaan Model CSR Islam untuk pembangunan Berkelanjutan".Penerbit Universitas Brawijaya Press.
- Santoso, Singgih, (2018). "Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan AMOS 24". , Jakarta, PT.Alex Media Komputindo.
- Santoso, Singgih, (2018). "Menguasai SPSS versi 25". Jakarta, PT Alex Media Komputindo.
- Sarwono, Jonathan . (2018). "Statistik untuk Riset Skripsi. SPSS, AMOS, Lisrel, Smart PLS dan Eviews. Penerbit Andi.,Yogyakarta.
- Siswanto Sutoyo, & Aldridge, E John. (2005). *Good Corporate Governance: Tata Kelola Perusahaan Yang Sehat*. PT Damar Mulia Pustaka. Jakarta.
- Tuanakotta,M.T (2011).,"Berpikir Kritis dalam Auditing" penerbit Salemba Empat,Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang-Perbankan.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbaakan Syariah.
- Vogel, David. (2005), *The Market for Virtue: The Potential and Limits. of Corporate Social Responsibility*. Washington, DC; Brookings Institution.
- Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1990). *Positive accounting theory: a ten-year perspective*. The Accounting Review, 65(1), 131-156.
- Wibisono, Yusuf. (2007). Membedah Konsep dan Aplikasi *Corporate Social Responsibility*. Cetakan Kedua. Gresik: Fancho Publishing.
- Wolk, Harry I., Michael Tearney, and James L. Dodd. (2001). *Accounting Theory: A Conceptual and Institutional Approach*. South-Western College Publishing.

JURNAL

- AAOIFI (2010), *"Accounting, Auditing and Governance Standards for Islamic Financial Institutions"*.
- , 'Islamic Corporate Reports', Abacus, Vol. 36, No. 1, 2000.
- Anggraini, Retno. (2006). "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar Bursa Efek Jakarta). Simposium Nasional Akuntansi 9. Padang.
- Aryandra, A., Basri, Y. Z., & Mariyanti, T. (2018). *Factors Affecting Internal Control of Zakat Organizations in Tawhidi String Relationship Perspective. International Journal of Islamic Business & Management*, 2(1), 49-66.
- Baydoun, N., and R. Willett, 'Islam Ethical Issues in the Presentation of Financial Information', *Accounting, Commerce and Finance: The Islamic Perspective Journal*, Vol. 1, No. 1, 1997.
- Belkaoui, A. dan P. G. Karpik. (1989). *"Determinants of the Corporate Decision to Disclosure Social Information"*. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 2. No. 1. pp. 36-51.
- Bhakti, D. (2009). *Inter-Relation between Indonesian Islamic Capital Market Index and World Market Indices. Application of TSR Method*.
- Boynton, Johnson dan Kell terjemahan Indonesia. (2003). *"report of the committee on basic auditing concepts of the American accounting association"* (accounting review, vol 47) .
- Branco, M. C dan L. L Rodrigues, (2006). *"Communication of CSR by Portuguese Banks."* *International Journal of Corporate Communication*, Vol. 11, No.3, Hal. 232-248.
- Branco, M.C dan L.L Rodrigues. (2006). *CSR and Resource Based-Perpectives. Journal of Business Ethics* Vol.69, Hal. 111-132
- Burke, L., & Logsdon, J. M. (1996). *How corporate social responsibility pays off. Long range planning*, 29(4), 495–502.
- Carroll, AB. (1991). *"The Pyramid of Corporate Social Responsibility : Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders"*. *Business Horizons*. Edisi Agustus 1991. pp 39-4.
- Chariri, Anis, (2006). *"The Dynamic of Financial Reporting Practice An Indonesia Insurance Company: A Reflection of Javanese Views on An Ethical Social Relationship."* Unpublished Thesis, PhD in Accounting University of Wollongong, Australia.
- Chowdhury, M. A. (2011). *Contribution to Economic Analysis ; Islamic Economy and Finance, An Methodological Enquiry*. Howard House, Wagon Lane, Bingley BD16 1WA, UK: Emerald Group Publishing Limited.
- Chowdhury, M. A. (2014). *Tawhidi Epistemology and its Applications: Economic, Finance, Society and Science*. UK: Cambridge Scholars Publishing.
- Clarkson, M. B. E. (1995). *A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance*. *Academy of Management Review*, 20(1), 92–117.
- Cowen, S.S., Ferreri, L.B., dan L.D. Parker. (1987). *"The Impact Of Corporate Characteristics On Social Responsibility Disclosure: A Typology And*

- Frequency-Based Analysis*". *Accounting, Organisations and Society*. Vol. 12 No. 2, pp. 111-122.
- Creswell, J. W, 2003. *Research Design Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches 2nd Edition*. Sage Publication Thousand Oaks, California.
- Daniri, Mas Achmad. (2008). *Jurnal Galang: Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Depok: PIRAC, Vol. 3 No.3. 18
- Darmadji, Stevanus Hadi. (2002). *CSR Sebagai Bentuk Pertanggungjawaban Organisasi Bisnis Terhadap Stakeholder*. *Buletin Ilmiah Universitas Surabaya*.
- Darmawati, Deni. (2008). "Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Faktor Regulasi Terhadap Kualitas Implementasi *Corporate Governance*". *Makalah disampaikan pada Simposium Nasional Akuntansi IX*, Padang, 23-26 Agustus 2006.
- Deegan, C dan M. Rankin, (1996). "*The Materiality of Environmental Information to Users of Annual Report*." *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 10, No.4, Hal. 562-583.
- Deegan, C. (2002). "*Introduction the Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosure – a Theoretical Foundation*". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 15 No. 3 pp. 282-311.
- Donaldson, T dan Preston, L. (1995). "*The Stakeholder Theory of The Corporation: Concepts, Evidence, Implications*." *Academy of Management Review*. 20: 65-91.
- Dowling, J. and Pfeffer, J. (1975). "*Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behaviour*". *Pacific Sociological Review*. Vol. 18. pp. 122-136.
- Dusuki, A.W., & Dar, H, (2005). *Stakeholders' perceptions of Corporate Social Responsibility of Islamic Banks: Evidence From Malaysian Economy*. *International Conference on Islamic Economics and Finance*.
- Effendi, Subagio. (2009). *Jurnal Galang: Evaluasi Alas Praktek Pelaporan Keberlanjutan Emiten dan Pengaruhnya terhadap Tingkat Pengembalian Saham di Bursa Efek Indonesia*. Depok: PIRAC Vol. 3 No.3.
- Farook, Sayd & Lanis, Roman (2005), "*Banking on Islam? Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure*". Working Paper of University of Technology, Sydney, PO. Box 123, Broadway, NSW 2007, Australia".
- Fatah, Lalu Abdul. (2014). "Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Tanggung jawab Sosial (CSR-Disclosure) pada Laporan Tahunan Industri Perbankan Syariah dalam Prespektif Akuntansi Islam. Disertasi. Jakarta
- Fitria, Soraya & Hartanti, Dwi (2010), "*Islam dan Tanggungjawab Sosial: Studi Perbandingan Pengungkapan Berdasarkan Global Reporting Initiative Indeks dan Islamic Social Reporting Indeks*", *Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto 2010*, Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto.
- Ghozali, I dan Anis, C. (2007). *Teori Akuntansi*. Badan Penerbitan Undip, Semarang
- Gray, R., Kouhay. R, dan Lavers. S. 1995. "*Corporate Social and Environmental Report., Accounting and Environmental Finance and*

- Accounting." *British Accounting Review*. Vol. 34. Pp. 357-386.
- Global Reporting Initiative. (2006). *Sustainability Reporting Guidelines version 3.0* Amsterdam, The Netherland.
- Gray, R., R. Konhy, dan S. Lavers. (1995). "*Corporate Social and Environmental Reporting. A Review of the Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure*". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 8. No. 2. pp. 47-77.
- Guthrie, et. aL (2004). "*Using content analysis as a research method to inquire into intellectual capital reporting*" *Journal of Intellectual Capital*. Vol, 5.No. 2. Pp 282-293.
- Guthrie, J dan Parker L.D, (1989). "*Corporate Social Responsibility: A Rebuttal of Legitimacy Theory*." *Accounting and Business Research*, Vol. 19, No. 76, Hal. 342-352
- Hackston, D and M. J. Milne. (1996). "*Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies*". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 9, No.1, pp. 77-108.
- Hadi, N. dan A. Sabeni. (2002). "Analisa Faktor-Faktor yang Mernpengaruhi Luas Pengungkapan Sukarela Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Publik di Bursa Efek Jakarta". *Jurnal Maksi*. Vol. 1.Hlmn. 90-105.
- Haniffa, R & Hudaib, M. (2004). *Disclosure Practices of Islamic Financial Institutions: An Expiatory Study*. Working Paper Series No. 04132.
- Haniffa, R. (2002). *Social Reporting Disclosure- An Islamic Perspective*. *Indonesian Management & Accounting Research* 1 (2), pp. 128-146.
- Harahap, S. S & Basri, Yzwar Z. (2004), "*Socio-Economic Disclosure in Annual Reports of Indonesian Banks; A Comparison of a Covensional Banks & an Islamic Banks*", Paper presented in IIUM Accounting Conference II 2004, Malaysia.
- Harahap, S. S (2003), *Akuntansi Sosial Ekonomi dan Akuntansi Islam, presented at the 3rd national conference "Second"*. organized by student government, Faculty of Economics, The University of Indonesia, February.
- Harahap, S. S. & Gunawan Juniati (2005), "*An Examination of Corporate Social - Enveronmental Disclosure in Annual Reports of Indonesian, Malaysia and Australian Islamic Banking*", *International management & Accounting Research* Vol. 4, No. 1. January 2005, Pp. 73-99.
- Harahap, S. S. (2001), *Disclosure of Islamic values through Annual Report, a case study at the Bank Muamalat Indonesia, presented in International Conference "Islam and Information System"*, IIU Kuala Lumpur.
- Harahap, S.S. and Grace N. K. (2003) *The Relationships between Social Economic Disclosure to Size, Liquidity and Solvability of Chemistry Companies Listed at JSX*.
- Hasibuan, M. R. (2001). "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap pengungkapan Sosial (*Social Disclosure*) Dalam Laporan Tahunan.
- Imron, Iman. (2014). "Pengaruh Keadilan Organisasional dan Iklim Organisasi Dimediasi oleh Prinsip Ekonomi Islam terhadap Kualitas Kerjasama Tim pada Koperasi Islami di Jakarta" *Disertasi Tidak Dipublikasikan*, Universitas Trisakti, Jakarta.
- Indira, J. dan D. Apriyanti. (2005). "Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

- Terhadap Kinerja Keuangan". *Jurnal Maksi*. Vol. 5. No. 2. Hlm. 227-243.
- Jensen, M.C. dan W. H. Meckling. (1976). "*Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure*". *Journal of Financial Economics*. Vol 3. No 4. Pp. 305-306.
- Jose. A, dan Shang-Mei L. (2006). "*Environmental Reporting of Global Corporations: A Content Analysis based on Website Disclosure*". *Journal of Business Ethics*. Vol 72. pp. 307-321
- Komar, Saeful (2004), "Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial (*Social Responsibility Accounting*) dan Korelasinya dengan Akuntansi Islam", *Media Akuntansi*, Edisi 42/Tahun XI, hal 54-58.
- Kurniawan, Melissa & Wibowo, Daryanto Hesti (2010), "*Analisis on Accounting Conservatism and CSR Disclosures of Indonesian Banks Listed on IDX from 2004 to 2007*", *Journal of Applied Finance and Accounting* 2 (2) 13-30.
- Kurnianingsih. H. T. (2013). "Pengaruh Profitabilitas Dan Size Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility*", *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis* Vol. 13 No. 1, Hal. 97.
- Lord Holme and Richard Watts (2000), "*Corporate Social responsibility: Making Good Business Sense*", The World Business Council for Sustainable Development, January 2010
- Linda (2020), "Analisis Kebijakan Penyampaian sustainability Reporting", *Jurnal Pendidikan Akuntansi dan keuangan*, Vol 8. No 1, Hal. 2.
- Li, H. Dai, J. Gershberg, T. Vasarhelyi M.A. (2018) "Understanding usage and value of audit analytics for internal auditors: An organizational approach". *International Journal of Accounting Information Systems* 28 (2018) 59–76.
- Marwata. (2001). "*The Relation of Company Characteristics and the Quality of Voluntary Disclosure in Annual Report of Public Registered Company In Indonesia*." *Simposium Nasional Akuntansi IV* 77.
- Maryanti, Tati (2011), "Faktor Sosial Ekonomi yang mempengaruhi Penurunan Kemiskinan di Indonesia dalam Perspektif Islam" Disertasi tanpa publikasi, Program Doktor Islamic Economic & Finance, Universitas Trisakti, JAKARTA.
- Mathews, M. R. (1997). "*Twenty-five years of Social and Environmental Accounting Research, is There a Silver Jubilee to Celebrate?*" *Accounting, Auditing and Accountability*, Vol. 10:4, pp. 481-531.
- Mathews, M.R. (1996). "*Twenty-Five Years of Social and Environmental Accounting Research. Is There a Silver Jubilee to Celebrate?*". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 10 No.4. pp. 481-531
- Maulamin, T. (2020). "*Islamic Worldviews On Corporate Social Responsibility A New Paradigm of Ethical Economics and Prosperity*" *Majalah Ilmiah Bijak* Vol. 17, No. 1, Maret 2020, pp. 58-70. Hal. 61
- Milne, M. J dan D.M Patten, (2002). "*Securing Organizational Legitimacy Experimental Decision Case Examining The Impact of Environmental Disclosure*". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 15, No.3, Hal 372-405
- Moir, L. (2001). "*What Do We Mean By CSR?*". *Corporate Governance*. Vol. 1. No.2. pp. 16-22
- Muhammad Syafi'i Antonio, Bank Syariah bagi Bankir dan Praktisi Keuangan, cet.

- I, (Jakarta: Tazkia Institute, 1999), hal. 77-78.
- Mubarak, M.A (2019). "Promise and Delivery Gap of Corporate Social Responsibility ". *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. www.ijicc.net Volume 10, Issue 8, Hal. 235.
- Ndaruning puri Wulandari. (2005). Pengaruh Indikator Mekanisme *Corporate Governance* Terhadap Kinerja Perusahaan Publik Di Indonesia. TESIS.S2 Program Studi Megister Sains Akuntansi. Univ. Diponegoro.
- Novita dan Chaerul D. Djakman, (2008). "Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (*CSR Disclosure*) pada Laporan Tahunan Perusahaan; Studi Empiris pada Perusahaan Publik yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2006." Makalah di sampaikan pada Simposium Nasional Akuntansi XI, Pontianak, 22- 25 Juli 2008.
- Nurlela, Rika dan Islahuddin, (2006), "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Presentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating", *Jurnal Universitas Syah Kuala*.
- Onuorah,O.A. Egbunike,F.C. Gunardi, A. (2018) "The Influence of Corporate Board Attributes on Voluntary Social Disclosure of Selected Quoted Manufacturing Firms in Nigeria". *Indonesian Journal of Applied Business and Economic Research* <http://econbiz.org/index.php/ijaber> Vol. 1, No. 1, pp. 20–33, 2018 p-ISSN 2615-6229 | e-ISSN 2615-6210. Hal. 21
- O'Donovan, G. (2002). "*Environmental Disclosure in the Annual Report: Extending: them Aplicability and Predictive Power of Legitimacy Theory.*" *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. Vol. is. No.3. pp. 344-371.
- OECD, (1999). *OECD Principles of Corporate Governance*. Patten, D. M. 1992. "Intra-industry Environmental Disclosure in Response to the Global Climat Changes.
- Othman, Rohana & Thani, AzlanMd (2010), "*Islamic Social Reporting of Listed Companies in Malaysia*", *International Business & Economics Research Journal* – April 2010 Volume 9, Number 4 – 135.
- Owen, David. (2005). *CSR After Enron: "A Role for the Academic Accounting Profession?"*. Working Paper. Sosial Science Research Network
- Parker. L.D. (1987), "*The Impact of Corporate Characteristic on Social Responsibility Disclosure: A Typology and Frequency Based Analysis*", *Accounting, Organization and Society*. Vol. 12 No.2
- Patten, D.M. (1991), "*Exposure, Legitimacy, and Social Disclosure*", *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol. 10
- Pratomo,R. Lestari,D.I. (2010)"Pengaruh Audit Fee, Jasa Selain Audit, Profil Kap, Hubungan Audit Lama Kap Dengan Klien Terhadap Independensi Auditor Kap Di Surabaya." *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal* 7.01
- Ramanathan, K.V. (1976), "*Toward A Theory of Corporate Social Accounting*", *The Accounting Review*, Vol. 51 No.3
- Reverte, C. (2008). "*Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Finns*", *Journal of Business. Ethics* (2009) 88:351-366 DOI 10.1007/s10551-008-9968-9.
- Roberts, R.W. (1992), "*Determinants of Corporate Social Responsibility*

- Disclosure: An Application of Stakeholder Theory*", Accounting, Organization and Society, Vol. 17 No. 6 pp.595-612.
- Said, Roshima., Yuserrie Hj Zainuddin, dan Hasnah Haron. (2009). *"The Relationship between Corporate Governance Characteristics in Malaysian Public Listed Companies"*. Social Responsibility Journal. Vol.5, No.2, hal. 212-226.
- Sánchez, I.M.G. Aceituno, J.V.F3.Domíngue,L.R. (2013). "Determinants of corporate social disclosure in Spanish local governments",*Journal of Cleaner Production* 39 (2013) 60e72
- Sayekti, Yosefa, (2007). "Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Earning Response, Coefficient". Simposium Nasional Akuntansi X. Makasar
- Sayekti, Yosefa. (2011). *"Strategic Corporate Social Responsibility (CSR) : Slack Resources, Kinerja Keuangan, dan Earning Response Coefficient"*. Disertasi. Fakultas Ekonomi. Universitas Indonesia.
- Scott and Josep, (2012); *Financial Resource Availability and Coporate Social Reponsibility Expenditure in a Sub-Saharan Economy: The in Institutional difference Hypotesis*" in Strategic Management Journal USA.
- Sekaran Uma. (2003). *Research Method For Business: A Skill-Building Approach*. John-Wiley & Son, Inc, 4th (US).
- Sembiring, E. R. (2005). "Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta". Simposium Nasional Akuntansi 8. Solo
- Sherwani, M., Ali, A., Ali, A. and Hussain, S. (2018), "Determinants of halal meat consumption in Germany
- Sethi, S.P. Rovenpor,J.L. Demir,M. (2017) "Enhancing the Quality of Reporting in Corporate Social Responsibility Guidance Documents: The Roles of ISO 26000, Global Reporting Initiative and CSR-Sustainability Monitor" , W. Michael Hoffman Center for Business Ethics at Bentley University. Published by Wiley Periodicals, Inc., 350 Main Street, Malden, MA 02148, USA, and 9600 Garsington Road, Oxford OX4 2DQ, UK.
- Setyono, Joko & Muh. Ghafur. (2004). Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* Bank Syariah dan Non-Syariah di Indonesia Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Singhvi, S. S., and H. B. Desai. (1971). *An empirical analysis of the quality of corporate financial disclosure*. The Accounting Review 46 (1): 129-138.
- Staden, Van C.J. (2000). *"The value added statement: bastion of social reporting or dinosaur of financial reporting*. Department of Accountancy and Business Law College of Business Massey University
- Suripto, Bambang. (1999). "Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Luas Pengungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan". Simposium Nasional Akuntansi II
- Syarifudin & Siradj ; (2015). "Argumentasi Hukum Jaminan Produk Halal" Jurnal Bimas Islam Vol.8 No.1 Hal. 31-32
- Thomas, Andrew, P. (1991). *Toward A Contingency Theory of Corporate Financial Reporting Systems*. Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol. 4, No. 4, pp. 40–57.
- Tulak,Y.T. (2012). Independensi Auditor (KAP) dari Aspek Sistem Pembayaran

Fee Audit. *Jurnal Eksis*, 8(1): 2036 – 2044.

- Utomo, M. 2000. "Praktek Pengungkapan Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia (Studi Perbandingan Antara Perusahaan High Profile dan Low Profile)". Simposium Nasional Akuntansi IV. IAI
- Verrecchia, R. E. (1983). *Discretionary disclosure*. *Journal of Accounting and Economics* 5 (December): 179-194.
- Widiastuti, H. (2010), "Manfaat Pengungkapan Informasi bagi Komunitas Investasi: Suatu Sintesis", *Dian Ekonomi*, Vol. VI No. 2
- Wong, Hong Meng. (2007). *Religiousness, Love of Money, and Ethical Attitudes of Malaysian Evangelical Christians in Business* (online). Springer Netherlands, Vol 81 page 169-191.
- Zeff, S. A. (1999). *"The Evolution of The Conceptual Framework for Business Enterprises in The United States"*. *Accounting Historians Journal*. Vol. 26; No 2. pp. 89-131.
- Zubaidah, S. Mudrifah (2019). "CRS implementation from Western to the Islamic Perspective: Maqasid al-Shari'ah and Maslahah". *2nd ICIEBP The 2nd International conference on economics, business, and philanthropy (ICEBP) Theme : "Sustainability and socio economic growth" volume 2019 Hal. 1.*
- Zubairu, et. al., (2011), "Social Reporting Practices of Islamic Banks in Saudi Arabia", *International Journal of Business and Social Science* Vol. 2 No. 23 (Special Issue – December 2011) 193.

MEDIA DAN ONLINE

- A. Karim, Adiwarmam; (2017) "Halal Lifesyle" [Republika.co.id](http://www.republika.co.id/berita/jurnalismewarga/wacana/17/11/20/ozof1z440-halal-lifestyle)
<http://www.republika.co.id/berita/jurnalismewarga/wacana/17/11/20/ozof1z440-halal-lifestyle> Senin , 20 November 2017, 05:01 WIB
- Asian Development Bank. (2017) : <https://www.adb.org/publications/basicstatistics-2017>
- Beasley, M. dan S. Salterio, (2001). "The Relationship Between Board Characteristics and Voluntary Improvements in Audit. Committee Composition and Experience". <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm> diakses pada tanggal 5 Mei 2011.
- Branco, Manuel Casrelodanl.u'cia Lima Rodrigues. (2008). "Factors Influencing Social Responsibility Disclosure by Portuguese Companies". *Journal of Business Ethics* (2008) 83:685-70. <http://www.springer.com> Diakses tanggal 4 Mei 2009.
- Dahlsrud, A (2006). "How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions". <http://csrnorway.no/> Diakses tanggal 20 Januari 2010.
- Guler Aras & David Crowther (2008). "Governance and Sustainability an investigation into the relationship between coporate governance and coporate sustainability., www.emerladdinsight.com
- Kwesi, Kwasi Dartey (2006), "Coporate SocialResponsibility in Ghana" *International journal of Business and science* Vol.2 No.17. www.ijbssnet.com
- Listyaningsih,E. Dwi,R. Baiti,N. (2018). "The Eff Ect Of Good Corporate Governance On Corporate Social Responsibility Disclosure On Jakarta Islamic Index" *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, Vol. 4 No.3 Permalink/DOI: <http://dx.doi.org/10.17358/IJBE.4.3.273> Available online at <http://journal.ipb.ac.id/index.php/ijbe>.

- Prosperity Index. (2016). dari *Legatum Institut* <http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/23/2016>
- Suharto, Edi. (2006). Pekerjaan Sosial Industri, CSR, dan ComDev. Supomo, Sita. (2004). *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam Prinsip GCG Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI), www.republika.or.id diakses pada 25 Desember 2009.
- Thomson Reuters (2016). *State of the Islamic Gobar Economy Report. Supported by Dubai the capital of Islamic economic* <https://ceif.iba.edu.pk/pdf/Thomson/ReutersstateoftheGlobalIslamicEconomyReport201617.pdf>
- WBCSD. "*Corporate Social Responsibility: Meeting Changing Expectations*". <http://www.wbcsd.org/> diakses tanggal 10 Mei 2010.

Lampiran – Lampiran

Lampiran 1.1 – Tabel Indeks Kemakmuran Indonesia dibandingkan Negara-Negara Asia Tenggara lain tahun 2016

No	Negara	Presentase %
1	Republik Demokratik Laos	53.57
2	Kamboja	55.51
3	Vietnam	58.00
4	Thiland	59.27
5	Indonesia	59.36
6	Filiphina	59.39
7	Malaysia	64.25
8	Singapura	72.82

Sumber : *Prosperity Index 2016* dari *Legatum Institute*

Lampiran 1.2 - Tabel Populasi Dibawah Garis Kemiskinan Nasional Indonesia dibandingkan Negara-negara Asia Tenggara lain tahun 2015

No	Negara	Presentase %
1	Myanmar	25.6
2	Republik Demokratik Laos	23.2
3	Filipina	21.6
4	Kamboja	14
5	Indonesia	10.9
6	Thiland	10.5
7	Vietnam	7
8	Malaysia	0.6

Sumber : *ADB Basic 2017 Statistic*

Lampiran 1.3 - Tabel 1.3 Ranking Indeks Pengungkapan CSR Industri Halal dalam 5 Tahun

No	Kode	Perusahaan	Indeks SR	Listing BEI
1	AALI	Astra Agri Lestari PT	0.8788	Yes
2	ACES	Ace Hardware Indonesia PT	0.6768	Yes
3	ACST	Acst Indonusa PT	0.6717	Yes
4	ADHI	Adhi Karya (Persero) PT	0.6667	Yes
5	ADMG	Polychem Indonesia PT	0.6667	Yes
6	ADRO	Adaro Energy PT	0.6616	Yes
7	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food PT	0.6566	Yes
8	ALKA	Alakasa Industrindo PT	0.6566	Yes
9	ALMI	Alumindo Light Metal Industry PT	0.6768	Yes
10	ANTM	Aneka Tambang Persero PT	0.6717	Yes
11	APEX	Apexindompratama Duta PT	0.6667	Yes
12	APLI	Asiaplast Industriest PT	0.7374	Yes
13	APOL	Arpeni Pratama Ocean Line PT	0.7071	Yes
14	ARNA	Arwana Citra Mulia PT	0.6919	Yes
15	ASGR	Astra Graphia PT	0.6869	Yes
16	ARTI	Ratu Prabu Energy PT	0.6818	Yes
17	ASII	Astra International PT	0.6768	Yes
18	AUTO	Astra Otoparts PT	0.6717	Yes
19	BISI	Bisi International PT	0.6667	Yes
20	BLTA	Berlian Maju Tanker PT	0.6667	Yes
21	BNBR	Bakrie & Brothers PT	0.6616	Yes
22	BRAMS	Indo Kordsa PT	0.6566	Yes
23	BRNA	Berlina PT	0.6566	Yes
24	BRPT	Barito Pacific PT	0.6566	Yes
25	BTEL	Bakrie Telecom PT	0.6566	Yes
26	BUMI	Bumi Resources PT	0.6515	Yes
27	CLPI	Colorpak Indonesia PT	0.6515	Yes
28	CMNP	Eksplorasi Energy Indonesia PT	0.6515	Yes
29	CMPP	Rimau Multi Putra Pratama PT	0.6414	Yes
30	CNTX	Century Textile Industry PT	0.6212	Yes
31	CNPI	Charoen Pokphand Indonesia PT	0.6111	Yes
32	CPRO	Central Proteinaprima PT	0.7374	Yes
33	CSAP	Catur Sentosa Adiprana PT	0.7071	Yes
34	CTRA	Ciputra Property PT	0.6919	Yes
35	CTTH	Citatah Industri Marmer PT	0.6869	Yes
36	DEFI	Dana Supra Erapa Cifil PT	0.6818	Yes

37	DLTA	Delta Djakarta PT	0.6768	Yes
38	DKFT	Central Omega Resources PT	0.6717	Yes
39	DNET	Dyviacom Intrabumi PT	0.6667	Yes
40	DOID	Delta Dunia Makmur PT	0.6667	Yes
41	DPNS	Duta Pertiwi Nusantara PT	0.6616	Yes
42	DUTI	Duta Pertiwi PT	0.6566	Yes
43	DVLA	Darya Varia Laboratoria PT	0.6566	Yes
44	ELSA	Elnusa PT	0.6566	Yes

Sumber : Data diolah oleh peneliti.

Lampiran 2.1 - Tabel Darwin Report

No.	Kategori	Aspek
	Kinerja Ekonomi	
	Pengaruh ekonomi secara langsung	Pelanggan, pemasok, karyawan, penyedia modal, dan sektor publik.
	Kinerja Lingkungan	
	Hal-hal yang terkait dengan lingkungan	Bahan baku, energy, air, keragaman hayati (<i>biodiversity</i>), emisi, sungai, sampah, pemasok, produk dan jasa, pelaksanaan dan angkutan.
	Kinerja Sosial	
	Praktik Kerja	Keamanan dan keselamatan kerja, pendidikan dan pelatihan karyawan, kesempatan berserikat dan berkumpul, tenaga kerja dibawah umur, kedisiplinan, keamanan dll.
	Hak Manusia	Strategi manajemen, non diskriminasi, kesempatan berserikat dan berkumpul, tenaga kerja dibawah umur, kedisiplinan, keamanan dll.
	Sosial	Komunitas, korupsi, kompetensi dan penetapan harga.
	Tanggung Jawab terhadap pruduk	Kesehatan dan kemanan pelanggan, iklan yang peduli.

Lampiran 2.2 - Tabel Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Variable Penelitian	Model Analitis	Hasil Penelitian
1	Belkaoui dan Karpik (1989)	Kinerja Sosial (<i>Social Performance</i>), Biaya Kontrak (<i>Contract and Monitoring cost</i>), visibilitas politik (<i>political visibilities</i>), dan kinerja ekonomi (<i>economic performance</i>)	Regresi Berganda	Hubungan yang positif signifikan antara kinerja sosial perusahaan dan negative signifikan antara biaya kontrak dan monitor terhadap pengungkapan sosial perusahaan. Tidak berhasil menemukan hubungan antara profitabilitas perusahaan

				terhadap pengungkapan sosial perusahaan.
2	Utomo (1999)	<i>Tipe industry high profile dan low profile</i>	Regresi Berganda	Perusahaan-perusahaan high profile melakukan pengungkapan sosial secara signifikan lebih tinggi dari perusahaan-perusahaan low profile
3	Marwata (2001)	Ukuran perusahaan, rasio <i>leverage</i> , basis perusahaan, umur perusahaan, penerbitan sekuritas tahun berikutnya dan struktur kepemilikan	Regresi Berganda	Kualitas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan secara positif dan signifikan berhubungan dengan ukuran perusahaan dan penerbitan sekuritas tahun berikutnya.
4	Sembiring (2005)	Ukuran perusahaan profitabilitas, tipe industry, ukuran dewan komisaris dan <i>leverage</i>	Regresi Berganda	Ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris dan tipe industry mempengaruhi pengungkapan CSR.
5	Anggraini (2006)	Kepemilikan manajemen <i>leverage</i> , ukuran perusahaan, tipe industry dan profitabilitas	Regresi Berganda	Kepemilikan manajemen dan tipe industry berpengaruh secara signifikan pada pengungkapan CSR
6	Agatha Niken Setyaningrum (2005)	ESOP, Kualitas GCG dan Kinerja Perusahaan	Regresi Berganda	Secara umum tidak terdapat perbedaan kinerja perusahaan, baik keuangan maupun kinerja pasar, antara perusahaan yang mengadopsi ESOP dengan perusahaan yang tidak mengadopsi ESOP
7	Dian Putri Pamungkas Universitas Negeri Surabaya (2008)	Ukuran dewan komisaris, Independen Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Asing Indeks CSR	Regresi Berganda	Bahwa Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional dan kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap implementasi Corporate Sosial Responsibility (CSR) pada

					Industri Pertambangan dan Penggalian
8	Ahmad Nurkhin (2009)	Size Perusahaan Kepemilikan Institusional Independen Commissioner	Perusahaan	Regresi Berganda	Bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara kepemilikan institusional dan pengungkapan CSR. Tetapi, ditemukan adanya hubungan yang signifikan antara independent commissioner board, profitability, dan pengungkapan CSR
9	Emilia Nurdin, M. Fani Cahyandito (2010)	Dimensi lingkungan daya lingkungan dan daya fisik serta produk atau jasa dan dimensi Reaksi Pasar	Dimensi sosial, sumber manusia, dan sumber produk	Regresi	Bahwa pengungkapan tema-tema sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap reaksi investor, dimana investor di Indonesia sudah mulai menggunakan Informasi sosial dan lingkungan dalam melakukan keputusan investasi
10	Cahyani Nuswandari (2011)	Dimensi lingkungan, daya lingkungan dan daya fisik serta produk atau jasa dan dimensi Reaksi Pasar	Dimensi sosial, sumber manusia, dan sumber produk	Regresi	GCG berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan
11	Vesy Novrianti Gusnardi Riandi Armas (2012)	Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Dewan Komisaris Independen, Ukuran Komite Audit perusahaan	Ukuran Direksi, Komite kinerja perusahaan	Rergresi Berganda	Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Ukuran Dewan Direksi, Komisaris Independen, dan Ukuran Komite Audit tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen ROE sebagai proksi kinerja perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.

Lampiran 2.3 – Tabel Comparative Teori Tawhidi String Relation

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Kesimpulan
1	Dwi Pramaya Bhakti	Inter-relation between Indonesian Islamic Capital Market Index and the World Market Indices. Application of TSR Method.	Sharia capital market, global sharia index	Based on regression results using both the VAR system on the world index, in this case DJIM, DJIM-MD, S & P 500 and DJSI against regional indexes Emerging, GCC, ASPACEx-Jp, it turns out DJIM-MD Index has the strongest influence.
2	Achmad Aryandra , Yuswar Z. Basri & Tatik Mariyanti.	Factors Affecting Internal Control of Zakat Organizations in Tawhidi String Relationship Perspective	Zakat, Internal Control, Audit	Organizational culture, strategic planning, external audit, and internal control have positive and significant effect on internal audit. Internal control has a strong effect on internal audit, while other variables which have weak to medium effect.

3	Tatik Mariyanti	Socio-Economic Factors Affecting The Reduction Of Poverty In Indonesia In Islamic Perspective	Government policy, policy-Islam, poverty, social economics, tawhidi string relations	Due to economic growth simultaneously affect the socioeconomic variables and poverty, the need for a serious government attention to address problems related mainly to equalize the economic development and GDP per capita population of Indonesia. One way is to increase economic activity or economic centers in the area of economic activity through community empowerment.
---	-----------------	---	--	--

Lampiran 3.1 – Tabel Populasi dan Sampel Penelitian

No	Perusahaan	Laporan Tahunan				
		2012	2013	2014	2015	2016
1	Astra Agri Lestari PT	V	v	v	v	V
2	Ace Hardware Indonesia PT	V	v	v	v	V
3	Acst Indonusa PT	V	v	v	v	V
4	Adhi Karya (Persero) PT	V	v	v	v	V
5	Polychem Indonesia PT	V	v	v	v	V
6	Adaro Energy PT	V	v	v	v	v
7	Tiga Pilar Sejahtera Food PT	V	v	v	v	v
8	Alakasa Industrindo PT	V	v	v	v	v
9	Alumindo Light Metal Industry PT	V	v	v	v	v

10	Aneka Tambang Persero PT	√	√	√	√	√
11	Apexindompratama Duta PT	√	√	√	√	√
12	Asiaplast Industriest PT	√	√	√	√	√
13	Arpeni Pratama Ocean Line PT	√	√	√	√	√
14	Arwana Citra Mulia PT	√	√	√	√	√
15	Astra Graphia PT	√	√	√	√	√
16	Asia Natural Resourcest PT	√	√	√	√	√
17	Astra International PT	√	√	√	√	√
18	Astra Otoparts PT	√	√	√	√	√
19	Bisi International PT	√	√	√	√	√
20	Berlian Maju Tanker PT	√	√	√	√	√
21	Adi Sarana Armada PT	√	√	√	√	√
22	Indo Kordsa PT	√	√	√	√	√
23	Berlina PT	√	√	√	√	√
24	Barito Pacific PT	√	√	√	√	√
25	Bakrie Telecom PT	√	√	√	√	√
26	Bumi Resources PT	√	√	√	√	√
27	Colorpak Indonesia PT	√	√	√	√	√
28	Citra Marga Nusaphala Persada PT	√	√	√	√	√
29	Centris Multi Persada Pratama PT	√	√	√	√	√
30	Century Textile Industry PT	√	√	√	√	√
31	Charoen Pokphand Indonesia PT	√	√	√	√	√
32	Central Proteinaprima PT	√	√	√	√	√
33	Catur Sentosa Adiprana PT	√	√	√	√	√

34	Ciputra Property PT	V	v	v	v	v
35	Citatah Industri Marmer PT	V	v	v	v	v
36	Davomas Abadi PT	V	v	v	v	v
37	Intiland Development PT	V	v	v	v	v
38	Central Omega Resources PT	V	v	v	v	v
39	Delta Djakarta PT	V	v	v	v	v
40	Delta Dunia Makmur PT	V	v	v	v	v
41	Duta Pertiwi Nusantara PT	V	v	v	v	v
42	Duta Pertiwi PT	V	v	v	v	v
43	Darya Varia Laboratoria PT	V	v	v	v	v
44	Elnusa PT	V	v	v	v	v

Lampiran 3.2 - Tabel Variabel Penelitian dan Pengukuran

No.	Nama Variabel	Jenis Variabel	Dimensi Pengukurannya	Proxy	Skala Pengukuran
1	Indeks ISR	Dipenden	8. Pilosofi yang mendasari dan tata nilai, 9. Instrumen bebas bunga, gharar, maysis, dan dhulm, 10. Pengembangan sosial dan kemasyarakatan, 11. Lingkungan Kerja dan alam, 12. Managemen Profile & SDMS 13. Dimensi Pegawai & Peminjam, 14. Dimensi “wellbieng”/falah dan kesejahteraan	99 item dengan skor 0 tanpa pengungkapan informasi, skor 1 ada tapi kurang lengkap, skor 2 dengan pengungkapan lengkap dengan total tertinggi 198 atau 100%/1	Rasio
2	Ukuran Dewan Komisaris	Independen GCG	Struktur dan Mekanisme GCG dari faktor Non keuangan	Jumlah anggota	Nominal
3	Ukuran Komite Audit	Independen GCG	Struktur dan Mekanisme GCG dari faktor Non keuangan	Jumlah anggota	Nominal

4	Kepemilikan Asing	Independen GCG	Struktur dan Mekanisme GCG dari faktor Non keuangan	Jumlah saham asing disbanding total saham beredar	Rasio
5	Kepemilikan Manajerial	Independen GCG	Struktur dan Mekanisme GCG dari faktor Non keuangan	Jumlah saham direksi, komisaris dan pegawai disbanding total saham beredar	Rasio
6	Halal lifestyle	Independen Moderating	Katagori listing BSS dan belum listing BSS	Dummy variabel; 1 untuk BSS dan 0 untuk non BSS	Rasio
7	Ukuran Perusahaan	Independen PER	Dimensi keuangan	Total aktiva	Rasio
8	Profitabilitas	Independen PER	Dimensi keuangan	ROE/ROA	Rasio
9	Leverage	Independen PER	Dimensi keuangan	DER	Rasio
10	Audit	Independen Audit	Katagori KAP Big 5, KAP Big 10, KAP Big 21 dan KAP >21	1 untuk Big 5 2 untuk Big 10 3 untuk Big 21 4 untuk > 21	Nominal

Tabel 3.3 – Pengukuran Pengungkapan CSR dengan ISR Indeks

No. 1	<i>Underlying Philosophy and Values</i>	Skor
Dimensi filosofi yang Mendasari dan Tata Nilai		
1.	1. Commitments in operating within Shariah principles/ideals (Komitmen dalam melaksanakan prinsip-prinsip Shariah/konseptual yang ideal)	

2. 2. Commitments in providing returns within Shariah principles
(Komitmen dalam memberikan imbal hasil sesuai prinsip Shariah)
3. 3. Focus on maximizing shareholder returns
(Fokus pada memaksimalkan keuntungan pemegang saham)
4. 4. Current directions in serving the needs of Muslim or non Muslim community.
(Arah saat ini dalam melayani kebutuhan Ummat Islam dan non Islam)
5. 5. Future directions in serving the needs of Muslim or non Muslim community (Arah jangka panjang dalam melayani kebutuhan Ummat Islam dan non Islam)
6. 6. Commitments to engage only in permissible investment activities
(Komitmen untuk terlibat hanya dalam aktivitas investasi yang diperbolehkan)
7. 7. Commitment to engage only in permissible financing activities
(Komitmen untuk terlibat hanya dalam aktivitas pembiayaan yang diperbolehkan)
8. 8. Commitments to fulfill contracts via contract (uqud) statement
(Komitmen untuk memenuhi kontrak melalui pernyataan kontrak (uqud))
9. 9. Appreciation to shareholder and customers (Apresiasi kepada pemegang saham dan pelanggan)

No.2 Management Profile

Profile Manajemen Perusahaan

10. 1. Names of board members
(Nama-nama anggota dewan direksi dan komisaris)
11. 2. Positions of board members
(Posisi jabatan anggota dewan)
12. 3. Pictures of board members
(Foto-Foto anggota dewan direksi dan komisaris)
13. 4. Profile of board members
(Profil anggota dewan direksi dan komisaris)
14. 5. Shareholdings of board members

(Kepemilikan saham dari anggota dewan direksi dan komisaris)

15. 6. Multiple-directorship exist among board members (Multiple-direktur yang ada diantara anggota dewan)
16. 7. Membership of audit committee
(Keanggotaan komite audit)
17. 8. Board composition: executive vs. non-executive
(Komposisi anggota dewan : direksi dan komisaris)
18. 9. Role quality : CEO is Chairman of board (Peran dualism Direktur Utama dan Presiden Komisaris)
19. 10. Names of management team (Nama-nama tim manajemen)
20. 11. Positions of management team
(Posisi Tim Manajemen)
21. 12. Pictures of management team
(Photo-photo Tim Manajemen)
22. 13. Profile of Management team
(Profile Tim Manajemen)

No. 3 Interest – Free and Islamically Acceptable Deals

(Instrument bebas bunga dan yang diterima syariah)

23. 1. No Involvement in non-permissible activities
(Tidak termasuk dalam kategori kegiatan yg diharamkan)
24. 2. Involvement in non-permissible activities - % of profit
(Yang termasuk dalam kegiatan yang diharamkan ... % dari laba)
25. 3. Reason for involvement in non-permissible activities
(Alasan melakukan kegiatan yang diharamkan)
26. 4. Handling of non-permissible activities
(Sedang menyelesaikan kegiatan yang diharamkan)
27. 5. Introduced new product
(Mengenalkan produk baru)

- 28. 6. Approval ex ante by SS for new product
(Disetujui oleh SDMS untuk setiap produk baru)
- 29. 7. Basis Shariah concept in approving new product
(Dasar persetujuan (Konsep Syariah) untuk setiap produk baru)
- 30. 8. Glossary/definition of products
(Penjelasan singkat pada setiap produk)
- 31. 9. Investment activities – general
(Proyek pembiayaan secara umum)
- 32. 10. Financing projects - general
(Proyek pembiayaan secara umum)

No.4 Development and Social Goals

(Dimensi Pengembangan Sosial Kemasyarakatan)

- 33. 1. Company liable for Infaq, Shaddaqa, and CSR.
(Andil perusahaan dalam pembayaran Infaq, Sedekah, & CSR)
- 34. 2. Amount paid of Infaq, Shaddaqa, and CSR.
(Jumlah yang dibayar untuk Infaq, Sedekah, & CSR, memadai/tidak memadai)
- 35. 3. Sources of Infaq, Shaddaqa and CSR.
(Sumber dari Infaq, Sedekah, & CSR, memadai/tidak memadai)
- 36. 4. Uses/beneficiaries of Infaq, Shaddaqa, and CSR.
(Manfaat dari Infaq, Sedekah, & CSR, besar/tidak besar)
- 37. 5. Balance of Infaq, Shadaqah, and CSR. not distributed – amount
- 38. 6. Reasons of balance of Infaq, Shaddaqa, and CSR.
(alasan dalam keseimbangan membayar Infaq, Shodaqoh, dan CSR)
- 39. 7. SS attestation that sources and uses of Infaq, Shaddaqa, and CSR.
According to Shariah
(Atestasi/penilaian SDMS tentang sumber dan manfaat Infaq, Shodaqoh, dan CSR)
- 40. 8. SS attestation that Infaq, Shaddaqa, and CSR.

has been computed according to Infaq, Shadaqah, and CSR.

(Atestasi SDMS bahwa Infaq, Shodaqoh, dan CSR telah dihitung sesuai dengan kewajiban Infaq, Shodaqoh, dan CSR)

41. 9. Sources of charity (shaddaqa)
(Sumber dana shodaqoh)
- 42.. 10. Uses of charity (Saddaqa)
(Sumber dana qordul hasan)
43. 11. Sources of qard-al hassan
(sumber dana qordul hasan)
44. 12. Uses of qard-al hassan
(manfaat dana qordul hasan)
45. 13. Policy on non-payment of qard-hassan
(kebijakan tentang dana qordul hasan yang tak tertagih)

No.5 Employees

(Dinensi Pegawai)

46. 1. Employee appreciation
(Penghargaan kepada pegawai)
47. 2. Number of employees
(Jumlah Pegawai)
48. 3. Equal opportunities policy
(kebijakan tentang persamaan peluang)
49. 4. Employees welfare
(kemakmuran pegawai)
50. 5. Training : Shariah awarness
(Pelatihan tentang kesadaran nilai syariah)
51. 6. Training : Other
(Pelatihan lainnya)
52. 7. Training : student/recruitment scheme

(pelatihan magang bagi mahasiswa/skema rekrutmen pegawai)

- 53. 8. Training : Monetary
(pelatihan moneter)
- 54. 9. Reward for Employees
(Penghargaan bagi pegawai teladan)

No.6 Debtors

(Dimensi Peminjam)

- 55. 1. Debt policy
(Kebijakan tentang hutang)
- 56. 2. Amount of debts written off
(Jumlah penghapusan utang)
- 57. 3. Type of lending activities – general
(Tipe aktivitas pembiayaan secara umum)
- 58. 4. Type of lending activities – detailed
(Tipe pembiayaan secara detail)

No.7 Community

(Dimensi Kemasyarakatan)

- 59. 1. Creating job opportunities
(penciptaan lapangan pekerjaan)
- 60. 2. Support for org. That provide benefits to society
(dukungan bagi LSM/organisasi yang berperan dalam kemasyarakatan)
- 61. 3. Participation in government social activities
(partisipasi dalam aktivitas sosial pemerintah)
- 62. 4. Sponsor community activities
(Sponsor dalam aktivitas sosial pemerintah)
- 63. 5. Commitment to social role
(komitmen dalam peran kemasyarakatan)

64. 6. Conference on Islamic Economic
(Konferensi tentang ekonomi syariah)

No.8 Environment

(Dimensi Lingkungan)

65. 1. The amount and nature of any donations or activities undertaken to protect the environment
(Jumlah dana donasi pada kegiatan pelestarian lingkungan)
66. 2. The projects financed by the bank/entitas that may lead to harming the environment
(Proyek yang dibiayai oleh bank/BUT untuk pelestarian lingkungan)

No.9 Shariah Supervisory (SS)

(Dimensi SDM Syariah)

67. 1. Name of members
(nama-nama anggota SDMS)
68. 2. Pictures of members
(photo-photo anggota SDMS)
69. 3. Remuneration of members
(remunerasi of SDMS)
70. 4. Report signed by all member
(Laporan yang ditandatangani oleh seluruh anggota SDMS)
71. 5. Number of meeting held
(Jumlah pertemuan yang dilakukan SDMS)
72. 6. Examinations of all bussiness transactions ex ante adn ex post
(Evaluasi dari seluruh transaksi usaha sebelum dan sesudah fatwa syariah)
73. 7. Examinationn of all bussiness transactions ex ante and ex post
(Evaluasi beberapa contoh transaksi sebelum dan sesudah fatwa syariah)
74. 8. Report defect in product : Specific and detailed

(Laporan tentang kesalahan dalam produk)

- 75. 9. Recommendation to rectify defects in products
- 76. 10. Actions taken by management to rectify defect in products
(Respon manajemen terhadap produk yang dievaluasi)
- 77. 11. Distribution of profit and lossers comply ti syariah
(Distribusi keuntungan dan kerugian yang sesuai dengan syariah)

No.10 Wellbieng

(Dimensi Falah/Kesejahteraan)

- 78. 1. Statement regarding sharia paradigm
(pernyataan tentang paradigma transaksi syariah)
- 79. 2. Statement regarding fundamentals of sharia transaction
(pernyataan tentang azas-azas transaksi syariah)
- 80. 3. Statement regarding syariah transaction c
- 81. 4. Commitments of majority shareholder in operating within Shariah principles
(Komitmen pemegang saham mayoritas dalam pelaksanaan prinsip-prinsip syariah)
- 82. 5. Commitments of Bod of Directors in operating within Shariah principles
(Komitmen pemegang saham mayoritas dalam pelaksanaan prinsip-prinsip syariah)
- 83. 6. Commitments of employees representatives in operating within syariah principles
(Komitmen perwakilan karyawan atau serikat pekerja dalam pelaksanaan prinsip-prinsip syariah)
- 84. 7. Commitment of SS, audit committee and internal auditor in operating within syariah principles.
(Komitmen SDMS, komite audit dan audit internal dalam pelaksanaan prinsip-prinsip syariah.)
- 85. 8. Opinion of external auditor within the performance sharia principles (Opini auditor eksternal tentang kinerja pelaksanaan syariah)

86. 9. Amount of CSR donation disclosure compared to government taxes
(Pengungkapan jumlah nilai zakat, shodaqoh, dan donasi dana CSR dibandingkan dengan nilai pembayaran pajak ke negara)
87. 10. Amount of qardul hasan compared to debt written off
(nilai penyaluran dana qardul hasan dibanding nilai penghapusan hutang)
88. 11. Amount of qardul hasan distributed to small bussiness
(nilai penyaluran dana qardul hasan kepada pengusaha kecil)
89. 12. Increasing of financing on mudharaba contracts
(peningkatan nilai pembiayaan melalui akad mudharabah)
90. 13. Disclosure of remuneration policy
(Pengungkapan kebijakan remunerasi)
91. 14. Distribution of wealth of all employees
(Distribusi kemakmuran semua karyawan)
92. 15. Comparison of monthly take home pay between CEO (highest paid) and lowest paid-special reasons disclosure for above 1:20 and when ratio 1:20 would be achive (Perbandingan pendapatan bulanan dari Direktur Utama (pegawai gaji tertinggi) dengan karyawan gaji terendah, alasan untuk yang memiliki perbandingan diatas 1:20 dan bilamana rasio 1: 20 dapat terwujud.
93. 16. Comparison of lowest salary to regional minimum payment
(Perbandingan gaji karyawan terendah dengan UMP)
94. 17. Appreciation to small bussiness doer, encouragement of new entrepreneur
(penghargaan kepada pelaku udaha kecil dan upaya mendorong entrepreneur baru)
95. 18. Employees – entrepreneurship program through mudharaba contracts
(Program transformasi karyawan menjadi mitra usaha dengan akad mudharabah)
96. 19. Employees workplace and environtment
(kesehatan lingkungan kerja pegawai)

97. 20. Amount paid for Community development
(dana pengembang untuk kemajuan masyarakat)
98. 21. Amount paid for saving natural and global environment
(dana kontribusi untuk penyelamatan alam dan lingkungan global)
99. 22. Amount paid for building mosque and Islamic School
(Sumbangan sosial untuk pembangunan masjid dan pesantren)

Scoring Value

Total Value

ISR – TSR INDEX

Lampiran 4.1 - Coefficientsa Model Collinearity Statistics

	Tolerance	VIF
1	(Constant)	
x1	.580	1.723
x2	.877	1.140
x3	.785	1.274
x4	.755	1.324
x5	.837	1.195
x6	.640	1.563
x7	.974	1.026
x8	.865	1.156

Lampiran 4.2 - Tabel Pengujian validitas untuk variable laten

Variabel	Indikator	Koefisien	t-value	R ²	Keputusan
Good Corporate Government (GCG)	UDK	0.261	0,687	0.000	Signifikan
	UKA	0.034	0,41	0.055	Signifikan
	KM	0.029	0,639	0.128	Signifikan
	KA	0.029	0,772	0.150	Signifikan
	UP	0.018	0.653	0.321	Signifikan
	Profit	-0.015	0.708	0.366	Signifikan

Performance of Financial Reporting (PER)	Lav		-0.347		
		-0.002		0.934	Signifikan

Keterangan : Nilai loading factors Signifikan $\alpha \geq 0,30$

Lampiran 4.3 - Tabel KMO and Bartlett's Test - GCG

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.550
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square 83.049
df	6
Sig.	.000

Lampiran 4.4 - Tabel KMO and Bartlett's Test – PER

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.502
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square .459
df	3
Sig.	.928

Tabel 4.5 - Tabel Kesimpulan Uji Hipotesis Antar Variabel - prin

Hipotesis	Path	t-value	Estimasi	Hasil
H1	HLS - PER	2,44	0,32	Diterima
H2	HLS – GCG	2,78	0,16	Diterima
H3	HLS – CSR	37,21	0,91	Diterima
H4	PER – CSR	-1,87	-0,07	Ditolak
H5	GCG – CSR	3,7	0,24	Diterima
H6	Audit – CSR	-6,59	-0,14	Diterima

H7	HLS – Audit-CSR	2,04	0,002	Diterima
H8	HLS - GCG – CSR	10,28	0,03	Diterima
H9	HLS - PER – CSR	-4,56	0,02	Diterima

Sumber lihat lampiran gambar 7c dan 7d

Lampiran 4.6 - Table Knowledge Induced Basic Analysis

<i>Knowledge Induced Basis Analysis</i>			
	<i>Before</i>	<i>After</i>	<i>Remarks</i>
GCG	0,1296	0,3081	<i>Learning Process</i>
PER	-0,0071	0,0401	<i>Learning Process</i>
HLS	0,903514	1,234991	<i>Learning Process</i>
AUDIT	-0,508658	-0,278564	<i>Learning Process</i>

Sumber : data diolah

Tabel 4.7 Hasil Goodness of Fit Model

Pengukuran Goodness of Fit	Batas Penerimaan Yang Disarankan	Nilai	Keputusan
Chi-Square X^2 / df	<i>Semakin kecil nilai X^2 semakin baik – mendekati baik</i>	13.094	<i>Acceptable Fit</i>
RMSEA	<1	0,0044	<i>Acceptable Fit</i>
ECVI	< 2,64	0,53	<i>Acceptable Fit</i>
GFI	0,80 atau mendekati 1	0,95	<i>Acceptable Fit</i>
CFI	>0,90	0,97	<i>Acceptable Fit</i>
AGFI	>0,70 atau mendekati 1	0,90	<i>Acceptable Fit</i>
IFI	IFI>0,90	0,94	<i>Acceptable Fit</i>

6. Tabel - Correlations

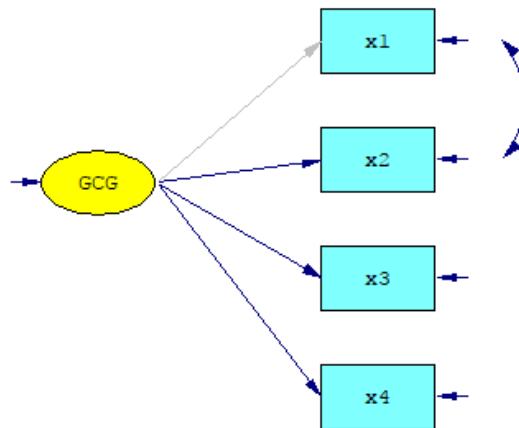
Correlations

		HLS	GCG	PER	Audit	CSR
HLS	Pearson Correlation	1	.060	-.063	-.054	.926**
	Sig. (2-tailed)		.378	.353	.421	.000
	N	220	220	220	220	220
GCG	Pearson Correlation	.060	1	.045	-.097	.254**
	Sig. (2-tailed)	.378		.509	.152	.000
	N	220	220	220	220	220
PER	Pearson Correlation	-.063	.045	1	-.268**	-.012
	Sig. (2-tailed)	.353	.509		.000	.865
	N	220	220	220	220	220
Audit	Pearson Correlation	-.054	-.097	-.268**	1	-.198**
	Sig. (2-tailed)	.421	.152	.000		.003
	N	220	220	220	220	220
CSR	Pearson Correlation	.926**	.254**	-.012	-.198**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.865	.003	
	N	220	220	220	220	220

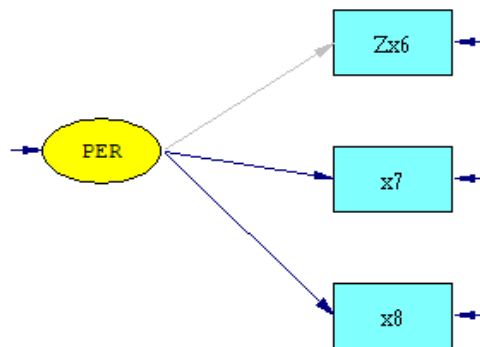
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 7 - Kontribusi Indikator Variabel terhadap Variabel Penelitian

Lampiran 7a - Instrumen tingkat variable laten GCG



Lampiran 7b – Instrumen tingkat Variable Laten PER



Lampiran 8 – Data Analisis Perusahaan tahun 2012-2016

NO	SINGKAT	NAMA	UDK X1				
			2012	2013	2014	2015	2016
1	AALI	ASTRA AGRI LESTARI PT	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70
2	ACES	ACE HARDWARE INDONESIA PT	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60
3	ACST	ACST INDONUSA PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
4	ADHI	ADHI KARYA (PERSERO) PT	0.78	0.78	0.78	0.78	0.78
5	ADMG	POLYCHEM INDONESIA PT	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60
6	ADRO	ADARO ENERGY PT	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70
7	AISA	TIGA PILAR SEJAHTERA FOOD PT	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70
8	ALKA	ALAKASA INDIRINDO PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
9	ALMI	ALUMINDO LIGHT METAL INDUSTRY PT	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60
10	ANTM	ANEKA TAMBANG PERSERO PT	0.78	0.78	0.78	0.78	0.78
11	APEX	APEXINDOMPRATAMA DUTA PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
12	APLI	ASIAPLAST INDUSTRIEST PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
13	APOL	ARPENI PRATAMA OCEAN LINE PT	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30
14	ARNA	ARWANA CITRA MULIA PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
15	ARTI	RATU PRABU ENERGY PT	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30
16	ASGR	ASTRA GRAPHIA PT	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60
17	ASII	ASTRA INTERNATIONAL PT	1.08	1.08	1.08	1.08	1.08
18	AUTO	ASTRA OTOPARTS PT	0.90	0.90	0.90	0.90	0.90
19	BISI	BISI INTERNATIONAL PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
20	BLTA	BERLIAN MAJU TANKER PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
21	BNBR	BAKRIE & BROTHERS PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
22	BRAMS	INDO KORDSA PT	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70
23	BRNA	BERLINA PT	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60
24	BRPT	BARITO PACIFIC PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
25	BTEL	BAKRIE TELECOM PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
26	BUMI	BUMI RESOURCES PT	0.85	0.85	0.85	0.85	0.85
27	CLPI	COLORPAK INDONESIA PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
28	CMNP	CITRA MARGA NUSAPHALA PERSADA PT	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60
29	CMPP	CENTRIS MULTI PERSADA PRATAMA PT	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30
30	CNTX	CENTURY TEXTILE INDUSTRY PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
31	CPIN	CHAROEN POKPHAND INDONESIA PT	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60
32	CPRO	CENTRAL PROTEINAPRIMA PT	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70
33	CSAP	CATUR SENTOSA ADIPRANA PT	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70
34	CTRA	CIPUTRA DEVELOPMENT PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
35	CTTH	CITATAH INDUSTRI MARMER PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
36	DEFI	DANASUPRA ERAPACIFIC PT	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30
37	DILD	INTILAND DEVELOPMENT PT	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70
38	DKFT	CENTRAL OMEGA RESOURCES PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
39	DLTA	DELTA DJAKARTA PT	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70
40	DOID	DELTA DUNIA MAKMUR PT	0.85	0.85	0.85	0.85	0.85
41	DPNS	DUTA PERTIWI NUSANTARA PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
42	DUTI	DUTA PERTIWI PT	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60
43	DVLA	DARYA VARIA LABORATORIA PT	0.85	0.85	0.85	0.85	0.85
44	ELSA	ELNUSA PT	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70

Lampiran 8 – Data Analisis Perusahaan tahun 2012-2016 (Lanjutan)

NO	SINGKAT	NAMA	UKA X2				
			2012	2013	2014	2015	2016
1	AALI	ASTRA AGRI LESTARI PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
2	ACES	ACE HARDWARE INDONESIA PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
3	ACST	ACST INDONUSA PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
4	ADHI	ADHI KARYA (PERSERO) PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
5	ADMG	POLYCHEM INDONESIA PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
6	ADRO	ADARO ENERGY PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
7	AISA	TIGA PILAR SEJAHTERA FOOD PT	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60
8	ALKA	ALAKASA INDISTRINDO PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
9	ALMI	ALUMINDO LIGHT METAL INDUSTRY PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
10	ANTM	ANEKA TAMBANG PERSERO PT	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60
11	APEX	APEXINDOMPRATAMA DUTA PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
12	APLI	ASIAPLAST INDUSTRIEST PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
13	APOL	ARPENI PRATAMA OCEAN LINE PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
14	ARNA	ARWANA CITRA MULIA PT	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60
15	ARTI	RATU PRABU ENERGY PT	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30
16	ASGR	ASTRA GRAPHIA PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
17	ASII	ASTRA INTERNATIONAL PT	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60
18	AUTO	ASTRA OTOPARTS PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
19	BISI	BISI INTERNATIONAL PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
20	BLTA	BERLIAN MAJU TANKER PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
21	BNBR	BAKRIE & BROTHERS PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
22	BRAMS	INDO KORDSA PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
23	BRNA	BERLINA PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
24	BRPT	BARITO PACIFIC PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
25	BTEL	BAKRIE TELECOM PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
26	BUMI	BUMI RESOURCES PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
27	CLPI	COLORPAK INDONESIA PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
28	CMNP	CITRA MARGA NUSAPHALA PERSADA PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
29	CMPP	CENTRIS MULTI PERSADA PRATAMA PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
30	CNTX	CENTURY TEXTILE INDUSTRY PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
31	CPIN	CHAROEN POKPHAND INDONESIA PT	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70
32	CPRO	CENTRAL PROTEINAPRIMA PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
33	CSAP	CATUR SENTOSA ADIPRANA PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
34	CTRA	CIPUTRA DEVELOPMENT PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
35	CTTH	CITATAH INDUSTRI MARMER PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
36	DEFI	DANASUPRA ERAPACIFIC PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
37	DILD	INTILAND DEVELOPMENT PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
38	DKFT	CENTRAL OMEGA RESOURCES PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
39	DLTA	DELTA DJAKARTA PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
40	DOID	DELTA DUNIA MAKMUR PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
41	DPNS	DUTA PERTIWI NUSANTARA PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
42	DUTI	DUTA PERTIWI PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
43	DVLA	DARYA VARIA LABORATORIA PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
44	ELSA	ELNUSA PT	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60

Lampiran 8 – Data Analisis Perusahaan tahun 2012-2016 (Lanjutan)

NO	SINGKAT	NAMA	KM X3				
			2012	2013	2014	2015	2016
1	AALI	ASTRA AGRI LESTARI PT	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8
2	ACES	ACE HARDWARE INDONESIA PT	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6
3	ACST	ACST INDONUSA PT	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06
4	ADHI	ADHI KARYA (PERSERO) PT	0.51	0.51	0.51	0.51	0.51
5	ADMG	POLYCHEM INDONESIA PT	0.36	0.36	0.36	0.36	0.36
6	ADRO	ADARO ENERGY PT	0.51	0.51	0.51	0.51	0.51
7	AISA	TIGA PILAR SEJAHTERA FOOD PT	0.21	0.21	0.21	0.21	0.21
8	ALKA	ALAKASA INDUSTRINDO PT	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14
9	ALMI	ALUMINDO LIGHT METAL INDUSTRY PT	0.76	0.76	0.76	0.76	0.76
10	ANTM	ANEKA TAMBANG PERSERO PT	0.65	0.65	0.65	0.65	0.65
11	APEX	APEXINDOMPRATAMA DUTA PT	0.74	0.74	0.74	0.74	0.74
12	APLI	ASIAPLAST INDUSTRIEST PT	0.87	0.87	0.87	0.87	0.87
13	APOL	ARPENI PRATAMA OCEAN LINE PT	0.83	0.83	0.83	0.83	0.83
14	ARNA	ARWANA CITRA MULIA PT	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14
15	ARTI	RATU PRABU ENERGY PT	0.49	0.49	0.49	0.49	0.49
16	ASGR	ASTRA GRAPHIA PT	0.77	0.77	0.77	0.77	0.77
17	ASII	ASTRA INTERNATIONAL PT	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
18	AUTO	ASTRA OTOPARTS PT	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8
19	BISI	BISI INTERNATIONAL PT	0.31	0.31	0.31	0.31	0.31
20	BLTA	BERLIAN MAJU TANKER PT	0.19	0.19	0.19	0.19	0.19
21	BNBR	BAKRIE & BROTHERS PT	0	0.00	0.00	0	0
22	BRAMS	INDO KORDSA PT	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
23	BRNA	BERLINA PT	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7
24	BRPT	BARITO PACIFIC PT	0.52	0.52	0.52	0.52	0.52
25	BTEL	BAKRIE TELECOM PT	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
26	BUMI	BUMI RESOURCES PT	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06
27	CLPI	COLORPAK INDONESIA PT	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14
28	CMNP	CITRA MARGA NUSAPHALA PERSADA PT	0.76	0.76	0.76	0.76	0.76
29	CMPP	CENTRIS MULTI PERSADA PRATAMA PT	0.76	0.76	0.76	0.76	0.76
30	CNTX	CENTURY TEXTILE INDUSTRY PT	0.96	0.96	0.96	0.96	0.96
31	CPIN	CHAROEN POKPHAND INDONESIA PT	0.56	0.56	0.56	0.56	0.56
32	CPRO	CENTRAL PROTEINAPRIMA PT	0.33	0.33	0.33	0.33	0.33
33	CSAP	CATUR SENTOSA ADIPRANA PT	0.35	0.35	0.35	0.35	0.35
34	CTRA	CIPUTRA DEVELOPMENT PT	0.26	0.26	0.26	0.26	0.26
35	CTTH	CITATAH INDUSTRI MARMER PT	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06
36	DEFI	DANASUPRA ERAPACIFIC PT	0.81	0.81	0.81	0.81	0.81
37	DILD	INTILAND DEVELOPMENT PT	0	0.00	0.00	0	0
38	DKFT	CENTRAL OMEGA RESOURCES PT	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75
39	DLTA	DELTA DJAKARTA PT	0.23	0.23	0.23	0.23	0.23
40	DOID	DELTA DUNIA MAKMUR PT	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06
41	DPNS	DUTA PERTIWI NUSANTARA PT	0.57	0.57	0.57	0.57	0.57
42	DUTI	DUTA PERTIWI PT	0.89	0.89	0.89	0.89	0.89
43	DVLA	DARYA VARIA LABORATORIA PT	0	0.00	0.00	0	0
44	ELSA	ELNUSA PT	0.56	0.56	0.56	0.56	0.56

Lampiran 8 – Data Analisis Perusahaan tahun 2012-2016 (Lanjutan)

NO	SINGKAT	NAMA	KA X4				
			2012	2013	2014	2015	2016
1	AALI	ASTRA AGRI LESTARI PT	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2	ACES	ACE HARDWARE INDONESIA PT	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
3	ACST	ACST INDONUSA PT	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
4	ADHI	ADHI KARYA (PERSERO) PT	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
5	ADMG	POLYCHEM INDONESIA PT	0.49	0.49	0.49	0.49	0.49
6	ADRO	ADARO ENERGY PT	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
7	AISA	TIGA PILAR SEJAHTERA FOOD PT	0.42	0.42	0.42	0.42	0.42
8	ALKA	ALAKASA INDISTRINDO PT	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75
9	ALMI	ALUMINDO LIGHT METAL INDUSTRY PT	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
10	ANTM	ANEKA TAMBANG PERSERO PT	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
11	APEX	APEXINDOMPRATAMA DUTA PT	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
12	APLI	ASIAPLAST INDUSTRIEST PT	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
13	APOL	ARPENI PRATAMA OCEAN LINE PT	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
14	ARNA	ARWANA CITRA MULIA PT	0.37	0.37	0.37	0.37	0.37
15	ARTI	RATU PRABU ENERGY PT	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
16	ASGR	ASTRA GRAPHIA PT	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
17	ASII	ASTRA INTERNATIONAL PT	0.50	0.50	0.50	0.50	0.50
18	AUTO	ASTRA OTOPARTS PT	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
19	BISI	BISI INTERNATIONAL PT	0.23	0.23	0.23	0.23	0.23
20	BLTA	BERLIAN MAJU TANKER PT	0.07	0.07	0.07	0.07	0.07
21	BNBR	BAKRIE & BROTHERS PT	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
22	BRAMS	INDO KORDSA PT	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6
23	BRNA	BERLINA PT	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
24	BRPT	BARITO PACIFIC PT	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08
25	BTEL	BAKRIE TELECOM PT	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08
26	BUMI	BUMI RESOURCES PT	0.23	0.23	0.23	0.23	0.23
27	CLPI	COLORPAK INDONESIA PT	0.51	0.51	0.51	0.51	0.51
28	CMNP	CITRA MARGA NUSAPHALA PERSADA PT	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
29	CMPP	CENTRIS MULTI PERSADA PRATAMA PT	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
30	CNTX	CENTURY TEXTILE INDUSTRY PT	1.54	1.54	1.54	1.54	1.54
31	CPIN	CHAROEN POKPHAND INDONESIA PT	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
32	CPRO	CENTRAL PROTEINAPRIMA PT	0.24	0.24	0.24	0.24	0.24
33	CSAP	CATUR SENTOSA ADIPRANA PT	0.36	0.36	0.36	0.36	0.36
34	CTRA	CIPUTRA DEVELOPMENT PT	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05
35	CTTH	CITATAH INDUSTRI MARMER PT	0.46	0.46	0.46	0.46	0.46
36	DEFI	DANASUPRA ERAPACIFIC PT	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
37	DILD	INTILAND DEVELOPMENT PT	0.42	0.42	0.42	0.42	0.42
38	DKFT	CENTRAL OMEGA RESOURCES PT	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06
39	DLTA	DELTA DJAKARTA PT	0.59	0.59	0.59	0.59	0.59
40	DOID	DELTA DUNIA MAKMUR PT	0.39	0.39	0.39	0.39	0.39
41	DPNS	DUTA PERTIWI NUSANTARA PT	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09
42	DUTI	DUTA PERTIWI PT	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
43	DVLA	DARYA VARIA LABORATORIA PT	0.92	0.92	0.92	0.92	0.92
44	ELSA	ELNUSA PT	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Lampiran 8 – Data Analisis Perusahaan tahun 2012-2016 (Lanjutan)

NO	SINGKAT	NAMA	HLS X5				
			2012	2013	2014	2015	2016
1	AALI	ASTRA AGRI LESTARI PT	1	1	1	1	1
2	ACES	ACE HARDWARE INDONESIA PT	1	1	1	1	1
3	ACST	ACST INDONUSA PT	1	1	1	1	1
4	ADHI	ADHI KARYA (PERSERO) PT	1	1	1	1	1
5	ADMG	POLYCHEM INDONESIA PT	1	1	1	1	1
6	ADRO	ADARO ENERGY PT	1	1	1	1	1
7	AISA	TIGA PILAR SEJAHTERA FOOD PT	1	1	1	1	1
8	ALKA	ALAKASA INDUSTRINDO PT	1	1	1	1	1
9	ALMI	ALUMINDO LIGHT METAL INDUSTRY PT	1	1	1	1	1
10	ANTM	ANEKA TAMBANG PERSERO PT	1	1	1	1	1
11	APEX	APEXINDOMPRATAMA DUTA PT	0	0	0	0	0
12	APLI	ASIAPLAST INDUSTRIEST PT	1	1	1	1	1
13	APOL	ARPENI PRATAMA OCEAN LINE PT	0	0	0	0	0
14	ARNA	ARWANA CITRA MULIA PT	1	1	1	1	1
15	ARTI	RATU PRABU ENERGY PT	1	1	1	1	1
16	ASGR	ASTRA GRAPHIA PT	1	1	1	1	1
17	ASII	ASTRA INTERNATIONAL PT	1	1	1	1	1
18	AUTO	ASTRA OTOPARTS PT	1	1	1	1	1
19	BISI	BISI INTERNATIONAL PT	1	1	1	1	1
20	BLTA	BERLIAN MAJU TANKER PT	0	0	0	0	0
21	BNBR	BAKRIE & BROTHERS PT	0	0	0	0	0
22	BRAMS	INDO KORDSA PT	1	1	1	1	1
23	BRNA	BERLINA PT	1	1	1	1	1
24	BRPT	BARITO PACIFIC PT	1	1	1	1	1
25	BTEL	BAKRIE TELECOM PT	0	0	0	0	0
26	BUMI	BUMI RESOURCES PT	0	0	0	0	0
27	CLPI	COLORPAK INDONESIA PT	1	1	1	1	1
28	CMNP	CITRA MARGA NUSAPHALA PERSADA PT	1	1	1	1	1
29	CMPP	CENTRIS MULTI PERSADA PRATAMA PT	1	1	1	1	1
30	CNTX	CENTURY TEXTILE INDUSTRY PT	0	0	0	0	0
31	CPIN	CHAROEN POKPHAND INDONESIA PT	1	1	1	1	1
32	CPRO	CENTRAL PROTEINAPRIMA PT	0	0	0	0	0
33	CSAP	CATUR SENTOSA ADIPRANA PT	1	1	1	1	1
34	CTRA	CIPUTRA DEVELOPMENT PT	1	1	1	1	1
35	CTTH	CITATAH INDUSTRI MARMER PT	1	1	1	1	1
36	DEFI	DANASUPRA ERAPACIFIC PT	0	0	0	0	0
37	DILD	INTILAND DEVELOPMENT PT	1	1	1	1	1
38	DKFT	CENTRAL OMEGA RESOURCES PT	0	0	0	0	0
39	DLTA	DELTA DJAKARTA PT	0	0	0	0	0
40	DOID	DELTA DUNIA MAKMUR PT	0	0	0	0	0
41	DPNS	DUTA PERTIWI NUSANTARA PT	1	1	1	1	1
42	DUTI	DUTA PERTIWI PT	1	1	1	1	1
43	DVLA	DARYA VARIA LABORATORIA PT	1	1	1	1	1
44	ELSA	ELNUSA PT	1	1	1	1	1

Lampiran 8 – Data Analisis Perusahaan tahun 2012-2016 (Lanjutan)

NO	SINGKAT	NAMA	UP X6				
			2012	2013	2014	2015	2016
1	AALI	ASTRA AGRI LESTARI PT	7.09	7.18	7.27	7.33	7.38
2	ACES	ACE HARDWARE INDONESIA PT	6.28	6.39	6.47	6.51	6.54
3	ACST	ACST INDONUSA PT	-	6.11	6.17	6.29	6.40
4	ADHI	ADHI KARYA (PERSERO) PT	6.90	6.99	7.02	7.22	7.30
5	ADMG	POLYCHEM INDONESIA PT	6.76	6.83	6.76	6.79	6.70
6	ADRO	ADARO ENERGY PT	7.81	7.92	7.90	7.91	7.94
7	AISA	TIGA PILAR SEJAHTERA FOOD PT	6.59	6.70	6.87	6.96	6.94
8	ALKA	ALAKASA INDISTRINDO PT	5.17	5.38	5.39	5.16	5.58
9	ALMI	ALUMINDO LIGHT METAL INDUSTRY PT	6.27	6.44	6.51	6.34	6.26
10	ANTM	ANEKA TAMBANG PERSERO PT	7.29	7.34	7.34	7.48	7.48
11	APEX	APEXINDOMPRATAMA DUTA PT	-	6.99	6.99	-	6.95
12	APLI	ASIAPLAST INDUSTRIEST PT	5.52	5.48	5.44	5.49	5.50
13	APOL	ARPENI PRATAMA OCEAN LINE PT	6.48	6.41	6.27	6.20	6.09
14	ARNA	ARWANA CITRA MULIA PT	5.97	6.06	6.10	6.16	6.19
15	ARTI	RATU PRABU ENERGY PT	6.16	6.20	6.25	-	6.39
16	ASGR	ASTRA GRAPHIA PT	6.09	6.16	6.21	6.26	6.23
17	ASII	ASTRA INTERNATIONAL PT	8.26	8.33	8.37	8.39	8.42
18	AUTO	ASTRA OTOPARTS PT	6.95	7.10	7.16	7.16	7.17
19	BISI	BISI INTERNATIONAL PT	6.20	6.23	6.27	6.33	6.35
20	BLTA	BERLIAN MAJU TANKER PT	-	7.00	6.93	6.17	6.11
21	BNBR	BAKRIE & BROTHERS PT	7.19	-	7.05	6.96	6.97
22	BRAMS	INDO KORDSA PT	6.35	6.47	6.58	6.63	8.58
23	BRNA	BERLINA PT	5.89	6.05	6.13	6.26	6.31
24	BRPT	BARITO PACIFIC PT	7.31	7.26	7.46	7.52	7.50
25	BTEL	BAKRIE TELECOM PT	6.96	6.96	6.88	-	6.25
26	BUMI	BUMI RESOURCES PT	7.85	7.93	7.91	7.67	7.64
27	CLPI	COLORPAK INDONESIA PT	-	5.78	5.73	5.76	5.74
28	CMNP	CITRA MARGA NUSAPHALA PERSADA PT	-	6.68	6.72	6.79	6.85
29	CMPP	CENTRIS MULTI PERSADA PRATAMA PT	4.84	4.78	5.16	5.24	5.22
30	CNTX	CENTURY TEXTILE INDUSTRY PT	5.48	5.57	5.58	-	5.63
31	CPIN	CHAROEN POKPHAND INDONESIA PT	-	7.20	7.32	7.39	7.40
32	CPRO	CENTRAL PROTEINAPRIMA PT	-	6.86	6.85	6.96	6.91
33	CSAP	CATUR SENTOSA ADIPRANA PT	-	6.49	6.52	6.55	6.59
34	CTRA	CIPUTRA DEVELOPMENT PT	-	7.30	7.37	7.42	7.44
35	CTTH	CITATAH INDUSTRI MARMER PT	-	5.51	5.56	5.78	5.79
36	DEFI	DANASUPRA ERAPACIFIC PT	-	4.67	4.71	4.72	4.77
37	DILD	INTILAND DEVELOPMENT PT	-	6.88	6.95	7.01	7.06
38	DKFT	CENTRAL OMEGA RESOURCES PT	-	6.20	6.08	6.13	6.21
39	DLTA	DELTA DJAKARTA PT	-	5.94	6.00	6.02	6.05
40	DOID	DELTA DUNIA MAKMUR PT	-	7.12	7.05	7.09	7.04
41	DPNS	DUTA PERTIWI NUSANTARA PT	-	4.95	5.43	5.44	5.48
42	DUTI	DUTA PERTIWI PT	-	6.87	6.90	6.95	6.98
43	DVLA	DARYA VARIA LABORATORIA PT	-	6.08	6.09	6.14	6.20
44	ELSA	ELNUSA PT	-	6.64	6.63	6.64	6.62

Lampiran 8 – Data Analisis Perusahaan tahun 2012-2016 (Lanjutan)

NO	SINGKAT	NAMA	Profit X7				
			2012	2013	2014	2015	2016
1	AALI	ASTRA AGRI LESTARI PT	26.2	18.55	22.16	5.95	12.02
2	ACES	ACE HARDWARE INDONESIA PT	26.5	26.26	23.24	22.25	16.58
3	ACST	ACST INDONUSA PT	24.14	17.7	16.03	6.35	5.19
4	ADHI	ADHI KARYA (PERSERO) PT	18.09	26.38	18.94	9.01	5.79
5	ADMG	POLYCHEM INDONESIA PT	3.39	0.62	-8.38	-9.02	-12.56
6	ADRO	ADARO ENERGY PT	12.75	7.18	5.62	4.5	9
7	AISA	TIGA PILAR SEJAHTERA FOOD PT	12.47	14.71	10.52	9.42	10.38
8	ALKA	ALAKASA INDISTRINDO PT	11.43	-0.53	4.21	-1.9	0.23
9	ALMI	ALUMINDO LIGHT METAL INDUSTRY PT	2.37	3.97	0.3	-9.49	-15.51
10	ANTM	ANEKA TAMBANG PERSERO PT	23.29	3.2	-6.5	-7.87	0.35
11	APEX	APEXINDOMPRATAMA DUTA PT	0.00	17.43	-59.69	0	-31.49
12	APLI	ASIAPLAST INDUSTRIEST PT	1.92	0.86	4.27	0.84	8.27
13	APOL	ARPENI PRATAMA OCEAN LINE PT	26.42	23.24	-0.49	15.33	-0.38
14	ARNA	ARWANA CITRA MULIA PT	26.24	30.93	28.68	7.96	6.7
15	ARTI	RATU PRABU ENERGY PT	6.06	7.16	3.11	0.00	0.15
16	ASGR	ASTRA GRAPHIA PT	25.93	28.38	28.84	25.01	13.3
17	ASII	ASTRA INTERNATIONAL PT	25.01	21	18.39	12.34	13.89
18	AUTO	ASTRA OTOPARTS PT	19.62	11.07	9.44	3.18	3.37
19	BISI	BISI INTERNATIONAL PT	9.38	8.61	10.3	14.54	11.96
20	BLTA	BERLIAN MAJU TANKER PT	18.59	-15.86	3.36	508.6	-8.61
21	BNBR	BAKRIE & BROTHERS PT	-117.01	0	-7.16	43.69	-0.48
22	BRAMS	INDO KORDSA PT	14.46	3.4	8.89	6.87	8.1
23	BRNA	BERLINA PT	20.09	-3.99	15.56	-0.86	2.15
24	BRPT	BARITO PACIFIC PT	12.73	-1.96	-0.13	0.42	14.91
25	BTEL	BAKRIE TELECOM PT	-200.71	262.59	74.03	0	5.66
26	BUMI	BUMI RESOURCES PT	-140.00	217.89	63.56	75.23	-2.08
27	CLPI	COLORPAK INDONESIA PT	16.94	8.97	18.9	11.02	14.37
28	CMNP	CITRA MARGA NUSAPHALA PERSADA PT	15.35	12.37	11.04	10.87	8.94
29	CMPP	CENTRIS MULTI PERSADA PRATAMA PT	0.21	1.91	23.62	-10.78	1.55
30	CNTX	CENTURY TEXTILE INDUSTRY PT	-161.46	-5.29	11.77	0	-23.69
31	CPIN	CHAROEN POKPHAND INDONESIA PT	32.79	25.41	15.96	14.59	17.14
32	CPRO	CENTRAL PROTEINAPRIMA PT	-398.16	91.62	-42.49	-60.66	-188.22
33	CSAP	CATUR SENTOSA ADIPRANA PT	0.00	10.58	14.01	5.04	3.18
34	CTRA	CIPUTRA DEVELOPMENT PT	0.00	14.47	15.71	14.44	4.94
35	CTTH	CITATAH INDUSTRI MARMER PT	0.00	0.61	1.26	0.67	4.26
36	DEFI	DANASUPRA ERAPACIFIC PT	0.00	4.15	8.88	1.22	11.43
37	DILD	INTILAND DEVELOPMENT PT	5.08	8.05	9.67	8.78	4.28
38	DKFT	CENTRAL OMEGA RESOURCES PT	21.89	23.21	-4.07	-2.5	-2.62
39	DLTA	DELTA DJAKARTA PT	35.68	39.98	37.68	22.6	18.54
40	DOID	DELTA DUNIA MAKMUR PT	-19.40	-42.93	16.83	-9.77	22.11
41	DPNS	DUTA PERTIWI NUSANTARA PT	15.55	29.9	6.15	4.09	2.97
42	DUTI	DUTA PERTIWI PT	0.00	12.52	11.23	9.82	7.4
43	DVLA	DARYA VARIA LABORATORIA PT	0.00	13.75	8.41	11.08	12.85
44	ELSA	ELNUSA PT	6.64	10.62	16.19	14.41	10.98

Lampiran 8 – Data Analisis Perusahaan tahun 2012-2016 (Lanjutan)

NO	SINGKAT	NAMA	Lav X8				
			2012	2013	2014	2015	2016
1	AALI	ASTRA AGRI LESTARI PT	0.25	0.31	0.36	0.46	0.27
2	ACES	ACE HARDWARE INDONESIA PT	0.16	0.23	0.2	0.2	0.19
3	ACST	ACST INDONESIA PT	0.71	0.57	0.56	0.66	0.48
4	ADHI	ADHI KARYA (PERSERO) PT	0.85	0.84	0.83	0.69	0.72
5	ADMG	POLYCHEM INDONESIA PT	0.47	0.43	0.37	0.36	0.39
6	ADRO	ADARO ENERGY PT	0.55	0.55	0.49	0.44	0.44
7	AISA	TIGA PILAR SEJAHTERA FOOD PT	0.47	0.53	0.51	0.56	0.52
8	ALKA	ALAKASA INDISTRINDO PT	0.63	0.75	0.74	0.57	0.84
9	ALMI	ALUMINDO LIGHT METAL INDUSTRY PT	0.69	0.76	0.8	0.74	0.79
10	ANTM	ANEKA TAMBANG PERSERO PT	0.35	0.18	0.18	0.14	0.15
11	APEX	APEXINDOMPRATAMA DUTA PT	0.67	0.64	0.97	0	0.95
12	APLI	ASIAPLAST INDUSTRIEST PT	0.35	0.28	0.18	0.28	0.23
13	APOL	ARPENI PRATAMA OCEAN LINE PT	1.97	2.61	3.25	4.2	5.11
14	ARNA	ARWANA CITRA MULIA PT	0.35	0.32	0.28	0.37	0.4
15	ARTI	RATU PRABU ENERGY PT	0.4	0.41	0.45	0.00	0.3
16	ASGR	ASTRA GRAPHIA PT	0.49	0.49	0.45	0.41	0.4
17	ASII	ASTRA INTERNATIONAL PT	0.51	0.5	0.49	0.48	0.47
18	AUTO	ASTRA OTOPARTS PT	0.38	0.24	0.3	0.29	0.3
19	BISI	BISI INTERNATIONAL PT	0.13	0.14	0.14	0.15	0.12
20	BLTA	BERLIAN MAJU TANKER PT	0.68	2.4	2.7	0.64	0.66
21	BNBR	BAKRIE & BROTHERS PT	0.65	0	1.19	1.43	1.33
22	BRAMS	INDO KORDSA PT	0.26	0.32	0.42	0.37	0.33
23	BRNA	BERLINA PT	0.61	0.73	0.73	0.54	0.59
24	BRPT	BARITO PACIFIC PT	0.54	0.19	0.55	4.7	0.06
25	BTEL	BAKRIE TELECOM PT	0.82	1.11	1.51	0.00	8.48
26	BUMI	BUMI RESOURCES PT	0.93	1.04	1.11	1.85	1.85
27	CLPI	COLORPAK INDONESIA PT	0.55	0.57	0.4	0.3	0.27
28	CMNP	CITRA MARGA NUSAPHALA PERSADA PT	0.33	0.32	0.3	0.33	0.35
29	CMPP	CENTRIS MULTI PERSADA PRATAMA PT	0.55	0.53	0.77	0.84	0.83
30	CNTX	CENTURY TEXTILE INDUSTRY PT	0.93	0.93	0.92	0	0.93
31	CPIN	CHAROEN POKPHAND INDONESIA PT	0.34	0.37	0.48	0.49	0.42
32	CPRO	CENTRAL PROTEINAPRIMA PT	0.98	0.82	0.87	0.78	0.92
33	CSAP	CATUR SENTOSA ADIPRANA PT	0.00	0.77	0.75	0.76	0.65
34	CTRA	CIPUTRA DEVELOPMENT PT	0.00	0.51	0.5	0.5	0.5
35	CTTH	CITATAH INDUSTRI MARMER PT	0.00	0.76	0.78	0.52	0.5
36	DEFI	DANASUPRA ERAPACIFIC PT	0.00	0.01	0.01	0.02	0.01
37	DILD	INTILAND DEVELOPMENT PT	0.35	0.46	0.5	0.54	0.57
38	DKFT	CENTRAL OMEGA RESOURCES PT	0.10	0.09	0.05	0.04	0.22
39	DLTA	DELTA DJAKARTA PT	0.20	0.22	0.23	0.18	0.18
40	DOID	DELTA DUNIA MAKMUR PT	0.92	0.94	0.9	0.9	0.86
41	DPNS	DUTA PERTIWI NUSANTARA PT	0.16	0.37	0.12	0.12	0.13
42	DUTI	DUTA PERTIWI PT	0.00	0.19	0.22	0.24	0.21
43	DVLA	DARYA VARIA LABORATORIA PT	0.00	0.23	0.22	0.29	0.32
44	ELSA	ELNUSA PT	0.52	0.48	0.39	0.4	0.31

Lampiran 8 – Data Analisis Perusahaan tahun 2012-2016 (Lanjutan)

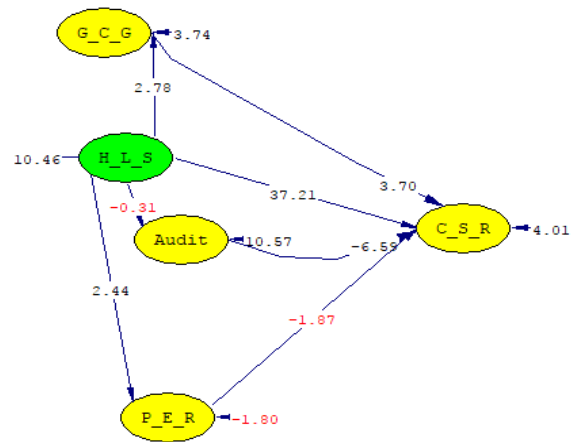
NO	SINGKAT	NAMA	AuditE X9				
			2012	2013	2014	2015	2016
1	AALI	ASTRA AGRI LESTARI PT	0	0	0	0	0
2	ACES	ACE HARDWARE INDONESIA PT	0.477121	0.477121	0.477121	0.477121	0.477121
3	ACST	ACST INDONUSA PT	0.30103	0.30103	0.30103	0.30103	0.30103
4	ADHI	ADHI KARYA (PERSERO) PT	0	0	0	0	0
5	ADMG	POLYCHEM INDONESIA PT	0.477121	0.477121	0.477121	0.477121	0.477121
6	ADRO	ADARO ENERGY PT	0	0	0	0	0
7	AISA	TIGA PILAR SEJAHTERA FOOD PT	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206
8	ALKA	ALAKASA INDUSTRINDO PT	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206
9	ALMI	ALUMINDO LIGHT METAL INDUSTRY PT	0.30103	0.30103	0.30103	0.30103	0.30103
10	ANTM	ANEKA TAMBANG PERSERO PT	0	0	0	0	0
11	APEX	APEXINDOMPRATAMA DUTA PT	0.30103	0.30103	0.30103	0.30103	0.30103
12	APLI	ASIAPLAST INDUSTRIEST PT	0.477121	0.477121	0.477121	0.477121	0.477121
13	APOL	ARPENI PRATAMA OCEAN LINE PT	0.477121	0.477121	0.477121	0.477121	0.477121
14	ARNA	ARWANA CITRA MULIA PT	0.477121	0.477121	0.477121	0.477121	0.477121
15	ARTI	RATU PRABU ENERGY PT	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206
16	ASGR	ASTRA GRAPHIA PT	0	0	0	0	0
17	ASII	ASTRA INTERNATIONAL PT	0	0	0	0	0
18	AUTO	ASTRA OTOPARTS PT	0	0	0	0	0
19	BISI	BISI INTERNATIONAL PT	0.477121	0.477121	0.477121	0.477121	0.477121
20	BLTA	BERLIAN MAJU TANKER PT	0	0	0	0	0
21	BNBR	BAKRIE & BROTHERS PT	0.30103	0.30103	0.30103	0.30103	0.30103
22	BRAMS	INDO KORDSA PT	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206
23	BRNA	BERLINA PT	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206
24	BRPT	BARITO PACIFIC PT	0.477121	0.477121	0.477121	0.477121	0.477121
25	BTEL	BAKRIE TELECOM PT	0.48	0.48	0.48	0.48	0.48
26	BUMI	BUMI RESOURCES PT	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
27	CLPI	COLORPAK INDONESIA PT	0.477121	0.477121	0.477121	0.477121	0.477121
28	CMNP	CITRA MARGA NUSAPHALA PERSADA PT	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206
29	CMPP	CENTRIS MULTI PERSADA PRATAMA PT	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206
30	CNTX	CENTURY TEXTILE INDUSTRY PT	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206
31	CPIN	CHAROEN POKPHAND INDONESIA PT	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206
32	CPRO	CENTRAL PROTEINAPRIMA PT	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206
33	CSAP	CATUR SENTOSA ADIPRANA PT	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206
34	CTRA	CIPUTRA DEVELOPMENT PT	0.477121	0.477121	0.477121	0.477121	0.477121
35	CTTH	CITATAH INDUSTRI MARMER PT	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206
36	DEFI	DANASUPRA ERAPACIFIC PT	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206
37	DILD	INTILAND DEVELOPMENT PT	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206
38	DKFT	CENTRAL OMEGA RESOURCES PT	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60
39	DLTA	DELTA DJAKARTA PT	0.60	0.60	0.60	0.60	0.60
40	DOID	DELTA DUNIA MAKMUR PT	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206
41	DPNS	DUTA PERTIWI NUSANTARA PT	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206
42	DUTI	DUTA PERTIWI PT	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206
43	DVLA	DARYA VARIA LABORATORIA PT	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206	0.60206
44	ELSA	ELNUSA PT	0	0	0	0	0

Lampiran 8 – Data Analisis Perusahaan tahun 2012-2016 (Lanjutan)

NO	SINGKAT	NAMA	ISR Y				
			2012	2013	2014	2015	2016
1	AALI	ASTRA AGRI LESTARI PT	0.97	0.97	0.97	0.97	0.97
2	ACES	ACE HARDWARE INDONESIA PT	0.97	0.97	0.97	0.97	0.97
3	ACST	ACST INDONUSA PT	0.96	0.96	0.96	0.96	0.96
4	ADHI	ADHI KARYA (PERSERO) PT	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
5	ADMG	POLYCHEM INDONESIA PT	0.98	0.98	0.98	0.98	0.98
6	ADRO	ADARO ENERGY PT	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99
7	AISA	TIGA PILAR SEJAHTERA FOOD PT	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
8	ALKA	ALAKASA INDISTRINDO PT	0.95	0.95	0.95	0.95	0.95
9	ALMI	ALUMINDO LIGHT METAL INDUSTRY PT	0.96	0.96	0.96	0.96	0.96
10	ANTM	ANEKA TAMBANG PERSERO PT	1.02	1.02	1.02	1.02	1.02
11	APEX	APEXINDOMPRATAMA DUTA PT	0.62	0.62	0.62	0.62	0.62
12	APLI	ASIAPLAST INDUSTRIEST PT	0.95	0.95	0.95	0.95	0.95
13	APOL	ARPENI PRATAMA OCEAN LINE PT	0.65	0.65	0.65	0.65	0.65
14	ARNA	ARWANA CITRA MULIA PT	0.96	0.96	0.96	0.96	0.96
15	ARTI	RATU PRABU ENERGY PT	0.94	0.94	0.94	0.94	0.94
16	ASGR	ASTRA GRAPHIA PT	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
17	ASII	ASTRA INTERNATIONAL PT	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25
18	AUTO	ASTRA OTOPARTS PT	1.13	1.13	1.13	1.13	1.13
19	BISI	BISI INTERNATIONAL PT	0.96	0.96	0.96	0.96	0.96
20	BLTA	BERLIAN MAJU TANKER PT	0.65	0.65	0.65	0.65	0.65
21	BNBR	BAKRIE & BROTHERS PT	0.67	0.67	0.67	0.67	0.67
22	BRAMS	INDO KORDSA PT	1.01	1.01	1.01	1.01	1.01
23	BRNA	BERLINA PT	0.98	0.98	0.98	0.98	0.98
24	BRPT	BARITO PACIFIC PT	0.95	0.95	0.95	0.95	0.95
25	BTEL	BAKRIE TELECOM PT	0.64	0.64	0.64	0.64	0.64
26	BUMI	BUMI RESOURCES PT	0.68	0.68	0.68	0.68	0.68
27	CLPI	COLORPAK INDONESIA PT	0.92	0.92	0.92	0.92	0.92
28	CMNP	CITRA MARGA NUSAPHALA PERSADA PT	0.91	0.91	0.91	0.91	0.91
29	CMPP	CENTRIS MULTI PERSADA PRATAMA PT	0.96	0.96	0.96	0.96	0.96
30	CNTX	CENTURY TEXTILE INDUSTRY PT	0.67	0.67	0.67	0.67	0.67
31	CPIN	CHAROEN POKPHAND INDONESIA PT	0.98	0.98	0.98	0.98	0.98
32	CPRO	CENTRAL PROTEINAPRIMA PT	0.73	0.73	0.73	0.73	0.73
33	CSAP	CATUR SENTOSA ADIPRANA PT	1.01	1.01	1.01	1.01	1.01
34	CTRA	CIPUTRA DEVELOPMENT PT	0.93	0.93	0.93	0.93	0.93
35	CTTH	CITATAH INDUSTRI MARMER PT	0.92	0.92	0.92	0.92	0.92
36	DEFI	DANASUPRA ERAPACIFIC PT	0.68	0.68	0.68	0.68	0.68
37	DILD	INTILAND DEVELOPMENT PT	0.94	0.94	0.94	0.94	0.94
38	DKFT	CENTRAL OMEGA RESOURCES PT	0.65	0.65	0.65	0.65	0.65
39	DLTA	DELTA DJAKARTA PT	0.69	0.69	0.69	0.69	0.69
40	DOID	DELTA DUNIA MAKMUR PT	0.74	0.74	0.74	0.74	0.74
41	DPNS	DUTA PERTIWI NUSANTARA PT	0.94	0.94	0.94	0.94	0.94
42	DUTI	DUTA PERTIWI PT	0.96	0.96	0.96	0.96	0.96
43	DVLA	DARYA VARIA LABORATORIA PT	1.02	1.02	1.02	1.02	1.02
44	ELSA	ELNUSA PT	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99

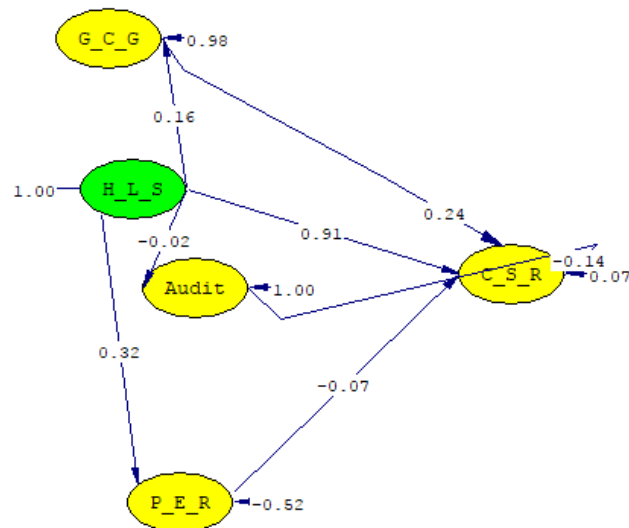
Lampiran 7 c dan d – Hasil hipotesis

Lampiran 7c – Uji-t



Chi-Square=57.13, df=26, P-value=0.00040, RMSEA=0.074

Lampiran 7d – Standardized



Chi-Square=57.13, df=26, P-value=0.00040, RMSEA=0.074

Lampiran 6 – Data olah Lisrel

DATE: 9/30/2019
TIME: 13:11

L I S R E L 8.80

BY

Karl G. Jöreskog & Dag Sörbom

This program is published exclusively by
Scientific Software International, Inc.
7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100
Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.

Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax:
(847)675-2140

Copyright by Scientific Software International, Inc.,
1981-2006

Use of this program is subject to the terms
specified in the

Universal Copyright Convention.
Website: www.ssicentral.com

The following lines were read from file
G:\data2019\budi\baru3\model 3.LS8:

```
TI
DA NI=14 NO=220 MA=CM
RA FI='data2.psf'
SE
11 3 4 5 6 8 9 10 12 7 /
MO NX=1 NY=9 NK=1 NE=4 BE=FU GA=FI PS=SY TE=SY TD=SY
LE
Audit G_C_G P_E_R C_S_R
LK
H_L_S
VA 1 LY(1,1) LY(9,4) LX(1,1)
FI TE(1,1) TE(9,9) TD(1,1)
FR LY(2,2) LY(3,2) LY(4,2) LY(5,2) LY(6,3) LY(7,3) LY(8,3)
FR BE(2,1) BE(2,3) BE(3,1) BE(4,2)
!BE(4,3) GA(1,1) BE(4,1)
FR GA(2,1)
FR GA(3,1) GA(4,1)
!FR TE(4,1) TE(5,4)
FR TE(8,1) TE(9,2) TE(7,1) TE(3,1) TE(9,4) TE(5,1) TE(6,5)
FR TE(7,5) TE(7,4)
!TE(7,6) TE(8,4)
PD
```

OU AD=OF MI

TI

Number of Input Variables 14
Number of Y - Variables 9
Number of X - Variables 1
Number of ETA - Variables 4
Number of KSI - Variables 1
Number of Observations 220

TI

Covariance Matrix

	X9	X1	X2	X3	
X4					
X6					
X9	0.06				
X1	-0.02	0.03			
X2	0.00	0.00	0.00		
X3	0.00	-0.01	0.00	0.09	
X4	0.02	0.01	0.00	-0.04	
0.10					
X6	-0.14	0.11	0.02	-0.02	-
0.07	4.77				
X7	-2.13	0.00	0.16	-1.03	-
1.77	13.21				
X8	-0.01	-0.02	0.00	-0.01	-
0.01	0.29				
Y	-0.01	0.01	0.00	0.00	
0.00	0.08				
X5	-0.01	0.01	0.00	0.00	-
0.02	0.15				

Covariance Matrix

	X7	X8	Y	X5
X7	3344.90			
X8	-0.93	0.72		
Y	0.30	-0.04	0.02	
X5	1.34	-0.13	0.06	0.20

TI

Parameter Specifications

LAMBDA-Y

Audit	G_C_G	P_E_R	C_S_R
-------	-------	-------	-------

X9	0	0	0	0
X1	0	0	0	0
X2	0	1	0	0
X3	0	2	0	0
X4	0	3	0	0
X6	0	0	0	0
X7	0	0	4	0
X8	0	0	5	0
Y	0	0	0	0

BETA

	Audit	G_C_G	P_E_R	C_S_R
	-----	-----	-----	-----
Audit	0	0	0	0
G_C_G	6	0	7	0
P_E_R	8	0	0	0
C_S_R	0	9	0	0

GAMMA

	H_L_S

Audit	0
G_C_G	10
P_E_R	11
C_S_R	12

PHI

	H_L_S

	13

PSI

	Audit	G_C_G	P_E_R	C_S_R
	-----	-----	-----	-----
	14	15	16	17

THETA-EPS

	X9	X1	X2	X3
	-----	-----	-----	-----
X4				
	X6			
	X9			
	X1	18		
	X2	0	20	
	X3	0	0	21
	X4	0	0	0
23				
	X6			
24				
	25			

28	X7	0	26	0	0	27
0	X8	0	30	0	0	0
0	Y	0	0	32	0	33

THETA-EPS

	X7	X8	Y
	-----	-----	-----
X7	29		
X8	0	31	
Y	0	0	0

TI

Number of Iterations = 37

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

LAMBDA-Y

	Audit	G_C_G	P_E_R	C_S_R
	-----	-----	-----	-----
X9	1.00	- -	- -	- -
X1	- -	0.17	- -	- -
X2	- -	0.02	- -	- -
		(0.01)		
		3.40		
X3	- -	-0.08	- -	- -
		(0.03)		
		-3.02		
X4	- -	0.05	- -	- -
		(0.02)		
		2.11		
X6	- -	- -	1.00	- -
X7	- -	- -	-4.28	- -
			(3.77)	
			-1.13	
X8	- -	- -	-0.43	- -
			(0.15)	
			-2.85	
Y	- -	- -	- -	1.00

LAMBDA-X

	H_L_S

X5	1.00

BETA

	Audit	G_C_G	P_E_R	C_S_R
	-----	-----	-----	-----
Audit	- -	- -	- -	- -
G_C_G	-2.01 (0.29)	- -	-0.15 (0.10)	- -
P_E_R	-6.91 -1.86 (0.56)	- -	-1.52 - -	- -
C_S_R	-3.33 - -	0.05 (0.00) 12.34	- -	- -

GAMMA

	H_L_S

Audit	- -
G_C_G	0.53 (0.18) 2.96
P_E_R	1.07 (0.27) 3.92
C_S_R	0.29 (0.01) 48.90

Covariance Matrix of ETA and KSI

	Audit	G_C_G	P_E_R	C_S_R	
H_L_S	-----	-----	-----	-----	-----
--					
Audit	0.06				
G_C_G	-0.10	1.00			
P_E_R	-0.10	0.43	-0.71		
C_S_R	-0.01	0.07	0.08	0.02	
H_L_S	- -	0.07	0.21	0.06	
0.20					

PHI

H_L_S

0.20 (0.02) 10.46

PSI

Note: This matrix is diagonal.

Audit	G_C_G	P_E_R	C_S_R
-------	-------	-------	-------

-----	-----	-----	-----
0.06	0.83	-1.13	0.00
(0.01)	(0.25)	(0.47)	(0.00)
10.57	3.25	-2.43	0.81

Squared Multiple Correlations for Structural Equations

Audit	G_C_G	P_E_R	C_S_R
-----	-----	-----	-----
- -	0.17	-0.60	0.97

Squared Multiple Correlations for Reduced Form

Audit	G_C_G	P_E_R	C_S_R
-----	-----	-----	-----
- -	0.03	-0.32	0.86

Reduced Form

	H_L_S

Audit	- -
G_C_G	0.37
	(0.14)
	2.76
P_E_R	1.07
	(0.27)
	3.92
C_S_R	0.31
	(0.01)
	39.87

THETA-EPS

		X9	X1	X2	X3
X4	X6	-----	-----	-----	-----
-----	-----	-----	-----	-----	-----
	X9	- -			
	X1	- -	0.00		
			(0.01)		
			0.12		
	X2	0.00	- -	0.00	
		(0.00)		(0.00)	
		-0.13		9.80	
	X3	- -	- -	- -	0.08
					(0.01)
					10.23
	X4	0.03	- -	- -	- -
0.10					
(0.01)		(0.01)			

		5.59				
10.45	X6	- -	- -	- -	- -	-
0.06		5.43				
(0.04)		(0.69)				
1.50	X7	7.92	- -	- -	-2.04	-
2.62		-2.75	- -	- -		
(1.22)		(0.91)			(1.11)	
2.14	X8	-3.02	- -	- -	-1.83	-
-		-0.05	- -	- -	- -	-
		(0.02)				
	Y	-2.20	0.00	- -	0.00	-
		- -	(0.00)		(0.00)	
			-0.58		2.30	

THETA-EPS

	X7	X8	Y
	-----	-----	-----
X7	3419.67 (328.49)		
	10.41		
X8	- -	0.86 (0.12)	
		7.26	
Y	- -	- -	- -

Squared Multiple Correlations for Y - Variables

	X6	X9	X1	X2	X3
	-----	-----	-----	-----	-----
X4					
- -					
		1.00	0.97	0.13	0.08
0.03	-0.15				

Squared Multiple Correlations for Y - Variables

X7	X8	Y
-----	-----	-----
0.00	-0.19	1.00

Squared Multiple Correlations for X - Variables

X5

1.00

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 22
Minimum Fit Function Chi-Square = 61.41 (P =
0.00)
Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square =
57.35 (P = 0.00)
Estimated Non-centrality Parameter (NCP) =
35.35
90 Percent Confidence Interval for NCP = (16.68 ;
61.68)

Minimum Fit Function Value = 0.28
Population Discrepancy Function Value (F0) =
0.16
90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.076 ;
0.28)
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) =
0.086
90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.059
; 0.11)
P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) =
0.017

Expected Cross-Validation Index (ECVI) =
0.56
90 Percent Confidence Interval for ECVI = (0.48 ;
0.68)

ECVI for Saturated Model = 0.50
ECVI for Independence Model = 2.64

Chi-Square for Independence Model with 45 Degrees of
Freedom = 558.07

Independence AIC = 578.07
Model AIC = 123.35
Saturated AIC = 110.00
Independence CAIC = 622.01
Model CAIC = 268.34
Saturated CAIC = 351.65

Normed Fit Index (NFI) = 0.89
Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.84
Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.44
Comparative Fit Index (CFI) = 0.92
Incremental Fit Index (IFI) = 0.93
Relative Fit Index (RFI) = 0.77

Critical N (CN) = 144.68

Root Mean Square Residual (RMR) = 8.45

Standardized RMR = 0.077
 Goodness of Fit Index (GFI) = 0.95
 Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) =
 0.88
 Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) =
 0.38
 TI

Modification Indices and Expected Change

Modification Indices for LAMBDA-Y

	Audit	G_C_G	P_E_R	C_S_R
	-----	-----	-----	-----
X9	- -	0.00	0.00	0.00
X1	0.62	- -	0.14	0.02
X2	0.45	- -	0.79	3.02
X3	1.08	- -	0.03	1.34
X4	3.31	- -	4.35	4.44
X6	6.41	6.46	- -	3.56
X7	0.16	0.09	- -	1.32
X8	5.78	6.01	- -	4.90
Y	0.27	- -	0.09	- -

Expected Change for LAMBDA-Y

	Audit	G_C_G	P_E_R	C_S_R
	-----	-----	-----	-----
X9	- -	0.00	0.00	0.00
X1	-0.04	- -	0.00	0.03
X2	0.04	- -	0.00	0.05
X3	-0.11	- -	0.00	0.18
X4	-0.92	- -	-0.06	-0.32
X6	-6.51	0.76	- -	-7.78
X7	-14.07	1.32	- -	35.93
X8	-2.69	0.32	- -	-3.98
Y	0.01	- -	0.00	- -

No Non-Zero Modification Indices for LAMBDA-X

Modification Indices for BETA

	Audit	G_C_G	P_E_R	C_S_R
	-----	-----	-----	-----
Audit	- -	0.00	0.00	0.00
G_C_G	- -	- -	- -	0.52
P_E_R	- -	- -	- -	0.23
C_S_R	0.27	- -	0.09	- -

Expected Change for BETA

	Audit	G_C_G	P_E_R	C_S_R
	-----	-----	-----	-----

Audit	- -	0.00	0.00	0.00
G_C_G	- -	- -	- -	9.54
P_E_R	- -	- -	- -	-2.58
C_S_R	0.01	- -	0.00	- -

No Non-Zero Modification Indices for GAMMA

No Non-Zero Modification Indices for PHI

Modification Indices for PSI

	Audit	G_C_G	P_E_R	C_S_R
	-----	-----	-----	-----
Audit	- -			
G_C_G	- -	- -		
P_E_R	- -	- -	- -	
C_S_R	0.27	0.52	0.23	- -

Expected Change for PSI

	Audit	G_C_G	P_E_R	C_S_R
	-----	-----	-----	-----
Audit	- -			
G_C_G	- -	- -		
P_E_R	- -	- -	- -	
C_S_R	0.00	0.01	0.00	- -

Modification Indices for THETA-EPS

	X9	X1	X2	X3	
	-----	-----	-----	-----	-----
X4					
	X6				
	X9	- -			
	X1	0.25	- -		
	X2	- -	0.49	- -	
	X3	0.67	0.01	0.06	- -
	X4	- -	0.60	0.48	30.17
	X6	- -	0.55	0.00	0.11
	X7	- -	0.14	0.60	- -
	1.58				
	X8	- -	0.06	0.04	1.49
1.03	1.27				
	Y	0.10	- -	0.51	- -
0.00	0.08				

Modification Indices for THETA-EPS

	X7	X8	Y
	-----	-----	-----
X7	- -		
X8	0.01	- -	

Y 0.47 1.05 - -

Expected Change for THETA-EPS

	X6	X9	X1	X2	X3	
X4						
--	-----	-----	-----	-----	-----	-----
	X9	- -				
	X1	0.00	- -			
	X2	- -	0.00	- -		
	X3	0.00	0.00	0.00	- -	
	X4	- -	0.00	0.00	-0.03	-
-	X6	- -	0.01	0.00	0.01	-
-	- -					
-	X7	- -	0.16	0.16	- -	-
-	13.00					
	X8	- -	0.00	0.00	-0.02	-
0.02	-0.97					
	Y	0.00	- -	0.00	- -	
0.00	0.00					

Expected Change for THETA-EPS

	X7	X8	Y
X7	- -		
X8	-0.47	- -	
Y	-0.10	0.00	- -

Modification Indices for THETA-DELTA-EPS

	X6	X9	X1	X2	X3
X4					
--	-----	-----	-----	-----	-----
0.45	X5	0.08	0.06	0.02	0.66
	0.39				

Modification Indices for THETA-DELTA-EPS

	X7	X8	Y
X5	0.77	1.86	0.12

Expected Change for THETA-DELTA-EPS

	X6	X9	X1	X2	X3
X4					
--	-----	-----	-----	-----	-----
0.00	X5	0.00	0.00	0.00	0.01
	-0.01				

Expected Change for THETA-DELTA-EPS

	X7	X8	Y
X5	0.41	-0.01	0.00

Modification Indices for THETA-DELTA

X5
0.12

Expected Change for THETA-DELTA

X5
0.00

Maximum Modification Index is 30.17 for Element (5, 4) of THETA-EPS

Time used: 0.125 Seconds

Riwayat Hidup Penulis



A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (gelar)	Budiandru.,SE.,ME.Sy.,Ak.,CA.,CPI.,CPA.,Asean CPA.,
2	Jenis Kelamin	Laki-Laki
3	Jabatan Fungsional	Lektor
4	NIK	3275102904790010
5	NIDN	0329047903
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Jakarta, 29 April 1979
7	Email	budiandru09@gmail.com
8	Nomor Telepon/HP	08128159318
9	Alamat Kantor	Apartemen Cibubur Village Tower E Lantai GF Kios KE 01-06 Jl.Radar Auri No 1 RT.008 RW. 014 Kel.Cibubur, Kec Ciracas – Jakarta Timur 13720
10	Nomor Telepon/Fax	021-22870841
11	Lulusan yang telah dihasilkan	-

12	Mata Kuliah yang Diampu	Akuntansi, Perpajakan, Manajemen Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Auditing
----	-------------------------	--

B. Identitas Diri

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	STIE MUHAMMADIYAH JAKARTA	UNIVERSITAS AZZAHRA	UNIVERSITAS Trisaksti
Bidang Ilmu	Ekonomi Akuntansi	Ekonomi Keuangan Syariah	<i>Accounting & Islamic Economics and Finance (IEF) Program</i>
Tahun Masuk	1998 – 2003	2009 – 2013	2013 – Present

Profesi	KETERANGAN
Program Profesi Akuntan (PPAK),	Mendapatkan gelar Akuntan (Ak), dengan Nomor Register D-44036 dari MenKeu di Kwik Kian Gie School d/h IBII Jakarta.,
Profesi Akuntan “Chartered Accountant (CA)”	Menyelesaikan Profesi Akuntan “Chartered Accountant (CA)”, dengan Nomor 11.44036 dari Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) with member of IFAC (International Federation of Accountant)
Profesi Akuntan Publik “Certified Public Accountant (CPA)”	Menyelesaikan Profesi Akuntan Publik “Certified Public Accountant (CPA)”, dengan Nomor IZIN 1253 dari Ikatan Akuntan Publik Indonesia (IAPI) with member of IFAC (International Federation of Accountant).
Profesi Audit Investigator “Certified Professional Investigator (CPI)”	Menyelesaikan Profesi Audit Investigator “Certified Professional Investigator (CPI)”, dengan Nomor IZIN 01.1253 dari Ikatan Akuntan Publik Indonesia (IAPI) with member of IFAC (International Federation of Accountant).

A. Riwayat Pekerjaan

- Pernah bekerja sebagai profesional Finance Manager di salah satu perusahaan Dsistributor Medical Equipment with Principal USA, Japan & German selama lebih dari 8 tahun.
- Tahun 1999 s/d 2015 sebagai Tim Audit di beberapa Kantor Akuntan Publik di Jakarta dan beberapa perusahaan sebagai konsultan.
- Pernah pula berkerja di MBA Consultant sebagai Direktur
- Serta sebagai Trainer & Konsultan di beberapa perusahaan (Karvak, Bori (Korea),.Bepro Conslt, Kharisma Conslt. dll)
- Dosen Tetap di Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA dengan kompetensi di bidang Finance, Accounting, Audit, Tax, dan Syariah

B. Pubklikasi Karya Ilmiah

No.	Judul Tulisan	Penulis
1	Best Practice CV SK Of Financial Statement's Based On SAK ETAP	Budiandru, Shabrina Saufani Isfa
2	PENERAPAN PERENCANAAN PAJAK PPH 21 SEBAGAI UPAYA MENGEFISIENSIKAN PAJAK PENGHASILAN PADA PT B NET INDONESIA	Budiandru, Dhiya' Ulhaq
3	GENERAL GUIDELINES INVESTIGATION ENGAGEMENT FOR PUBLIC ACCOUNTANTS IN INDONESIA	Budiandru, Riandika Saputro, Arianurzahra
4	ANALISA PEMBIAYAAN KPR BERBASIS SYARIAH STUDI KASUS DI BANK MUAMALAT INDONESIA	Budiandru
5	PAYTREN IN SHARIA ACCOUNTING PERSPECTIVE	Budiandru, Dhiya 'Ulhaq, Arianurzahra
6	Analisis Pembiayaan yang Disalurkan Perbankan Syariah dengan Perspektif Islam	Budiandru

7	Analisa Pembiayaan Baiti Jannati berbasis TSR di Bank Muamalat Indoneisa	Budiandru
8	Penyaluran Pembiayaan Perbankan dengan Tawhidi String Relation (TSR)	Budiandru

C. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Tahun	Kegiatan/ Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Sumber Dana
1	2016	Memberi Pemahaman Ekonomi Syariah Demi Meningkatkan Antusiasme Masyarakat Berekonomi Syariah (Pengabdian Kepada Masyarakat Wilayah PCM Pondok Gede	UHAMKA
2	2016	Pengabdian Masyarakat Dalam Memberikan Pemahaman Ekonomi Syariah Dalam Meningkatkan Antusiasme Masyarakat Berekonomi Syariah di Cabang Muhamadiyah Pondok Gede Jakarta Timur	Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAM KA

D. Seminar/Pelatihan yang Pernah Diikuti :

No	Seminar	Bentuk Kegiatan	Penyelenggara	Tanggal
1	Surat Tanda Terdaftar Rekan non-Akuntan Publik	Nasional	Menteri Keuangan RI	02 Februari 2012
2	Peserta Kursus Bahasa Inggris “Level of Elementary”	Pelatihan International	English First Jakarta	Maret 2013
3	Peserta, Kursus Pelatihan Komputer Muhammadiyah Matraman	Lokal	Jakarta	19 Maret 1997
4	Peserta, Seminar “Peran Balanced Scorecard dan Akuntansi dalam Pengukuran Kinerja dan Pengembangan Usaha	Lokal	STIE Muhammadiyah Jakarta	31 Mei 2014

5	Peserta, Seminar “Pembiayaan Ekspor Syariah sebagai Alternatif Pembiayaan bagi Eksportir	Seminar Nasional MES	Graha Niaga Financial Hall Jakarta	12 Januari 2011
6	Peserta, Pelatihan Sekolah Pasar Modal Syariah	Pelatihan Nasional	Bursa Efek Indonesia	18 Desember 2010
7	Peserta, Talkshow dan Surgical book “Rich With Shariah”	Seminar Nasional MES	UIN Jakarta	9 Desember 2010
8	Relawan UNFREL/JPTPP atas kontribusi dalam turut menyukseskan Pemantauan Pemilu DKI Jakarta	Nasional	Jakarta	07 Juni 1999
9	Peserta Kursus Bahasa Inggris “Beginner 1 GE Course”	International	English First Matraman Jakarta	Juni 2004
10	Peserta Kursus Bahasa Inggris “Beginner 2 GE Course”	International	English First Matraman Jakarta	Agustus 2004
11	Peserta Kursus Bahasa Inggris “Keystage 1 GE Course”	International	English First Matraman Jakarta	November 2004
12	Peserta Kursus Bahasa Inggris “Keystage 2 GE Course”	International	English First Matraman Jakarta	Maret 2005
13	Peserta Kursus Bahasa Inggris “General English Course”	Lokal	PPB F.Sastra UI	Januari 2002
14	Peserta “International Conference on The Significance of Education for the future : the Gulen Model of Education	International	Balai Sidang UI Depok	21 Oktober 2010
15	Peserta, Seminar Ekonomi Syariah, Solusi untuk Semua	IPB & SES-C Nasional	IPB Darmaga, Bogor	21 November 2010

16	Peserta, 5 Sharia Economics Research Day “Penguatan Peran Peradilan Agama dalam Penyelesaian Sengketa Bisnis Syariah Guna Mendukung Pertumbuhan Industri Keuangan Syariah	Nasional	MES & IAEI Univ. Yarsi	10 Juni 2010
17	Peserta, “Perkembangan dan Kebutuhan Sumber Daya Insani	Lokal	Universitas Azzahra	19 Juni 2010
18	Peserta, Seminar MES “Potensi dan Keunggulan Wakaf dalam Pengembangan Industri Properti Indonesia	Nasional	Menara Bank BTN Jakarta	09 Agustus 2010
19	Peserta, Seminar MES “Pasar Modal Berdasarkan Prinsip Syariah sebagai Alternatif Investasi	Nasional	Graha Niaga Financial Hall Jakarta	20 Oktober 2010
20	Peserta, “Penaruh global power Terhadap	Lokal	Univ. Azzahra Jakarta	16 oktober 2010
	Konstelasi IPOLEKSOSBUDHANK AM di Indonesia			
21	Peserta, Seminar 7 Shariah Economics Research Day “Perbankan Syariah sebagai kekuatan utama perbankan Nasional	MES,IAEI,U INNasional	UIN Syarif Hidaytullah Jakarta	06 November 2010
22	Peserta, Penataran Pedoman Penghayataan Pancasila (P4) bagi siswa SLTP	Lokal	SMP Bina Tama Jakarta	20 Juli 1991
23	Peserta, Seminar “Kiat Sukses Menjadi Sumber Daya Insani Syariah Unggulan”	The Profesional Sharia Consulting & Univ. Azzahra Nasional	Dewan Dakwah Islam Indonesia (DDII) Jakarta	10 Juli 2010
24	Peserta, Penataran Pedoman Penghayataan Pancasila (P4) bagi siswa SMTA	Lokal	SMA Muhammadiyah 12 Jakarta	23 Juli 1994

25	Peserta, Training For Trainers Chartered Accountant Manajemen Keuangan Lanjutan	Nasional	Ikatan Akuntan Indonesia Jakarta	15 Juli 2014
26	Peserta, Training For Trainers Chartered Accountant Etika Profesi & Tata Kelola Korporat	Nasional	Ikatan Akuntan Indonesia Jakarta	14 Juli 2014
27	Peserta, Simposium “Membudayakan Tradisi Ilmiah yang Aplikatif”	Nasional	Gedung IASTH UI Salemba	08 Oktober 2010
28	Peserta, Seminar International “in the series of Ambassador Lecture Muslim in Bosnia : Past,Present and Future”	International	Gedung IASTH UI Salemba	24 November 2010
29	Peserta, Seminar “Peta ekonomi Islam : Peluang dan Tantangan Sektor Riil, Keuangan,dan Perbankan”	IAEI Nasional	Univ. Muhammadiyah Jakarta	25 April 2012
30	Peserta, Talk Show ekonomi Syariah “Mapping Kebutuhan SDI Syariah dan Peluang Karir di Industri Syariah”	Lokal	Universitas Azzahra Jakarta	24 Nopember 2012
31	Peserta, Roadshow Seminar Asuransi Syariah “Asuransi Syariah antara Peluang,Tantangan,dan Dakwah”	MES & SEF Univ. Gunadarma Nasional	Univ. Gunadarma	27 Nopember 2012
32	Peserta, Seminar Nasional IAEI “Dampak Otoritas Jasa keuangan (OJK) terhadap Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah”	MES & STIE Muhammadiyah Jakarta, Nasional	STIE Muhammadiyah Jakarta	29 November 2012
33	Peserta, Sekolah Psar Modal 2010 Tingkat Basic	Nasional	Bursa Efek indonesia	Tahun 2010
34	Peserta, Sekolah Psar Modal 2010 Tingkat Intermediate	Nasional	Bursa Efek indonesia	Tahun 2010

35	Peserta, Bedah Buku “Kaidah-2 Fiqih Keuangan dan Transaksi Bisnis” Karya Prof. Dr. Muhammad Tahir Manshoori	Nasional	Univ. Azzahra	19 Maret 2011
36	Peserta, Seminar Umum Ekonomi Syariah	KSEI FE UNJ & FoSSEI Nasional	Kampus A Univ. Negeri Jakarta	25 Juni 2011
37	Peserta, Seminar Bulanan Ekonomi Syariah “Membangun Jiwa Wirausaha sebagai Pilar Utama perekonomian Umat”	MES & BRIS Nasional	Gedung BRI tower I Lt 21.	15 Juni 2011
38	Peserta, Seminar Laporan Keuangan Bank Sentral	Nasional	Auditorium R.Soeria Atmadja FE UI	21 April 2011
39	Peserta, Seminar Nasional Ekonomi Islam “Alternatif Permodalan Dalam islam	Komunitas Pengusaha Muslim Indonesia Nasional	Ruang Komisi Gedung BPPT Jakarta	12 Juni 2011
40	Peserta, Seminar International “inteh series of Ambassador lecture Morocco and it’s Future under The Regime of the Constitutional Monarchy	International	IASTH UI Salemba Jakarta	23 Februari 2011
41	Peserta, Training Audit Forensik dan Audit Investigatif	MBA Cosultant Nasional	Hotel Sofyan Menteng Jakarta	28 Juni 2012
42	Peserta, Seminar Nasional Perbankan Syariah “Prospek dan Arah Pengembangan Perbankan Syariah 2013	IAEI & ABFII Perbanas Nasional	Perbanas Institute	20 Februari 2013

43	Peserta, International Seminar “Green energy with Green Financing”	IEF Trisakti Univ & Australian Center for Islamic financial Studies, international	Trisakti University	27 Mei 2013
44	Peserta, Daurah Musthola Al-Hadits ke-1	Nasional	LPT Al-Barkah Cileungsi	30 Nov-01 Desember 2013
45	Peserta, Workshop Metodologi Penelitian “Penggunaan alat Analisis SEM untuk Disertasi”	Lokal	Univ. Trisakti	17-18 Januari 2014
46	Peserta, International Seminar “Contemporary Developments in Islamic Finance”	International	STIE Tazkia	24 September 2013
47	Pelatihan Pajak Brevet A	Nasional	LAP FE Universitas Trisakti	27 Juni 2003
48	Pelatihan Pajak Brevet B	Nasional	LAP FE Universitas Trisakti	27 Juni 2003
49	Anggota Tim Pengembang Kurikulum (TPK) SMA Future Gate. TA 2012/2013	Lokal	SMA Future Gate Bekasi	01 September 2012
50	Peserta, Pelatihan Bela Diri “jiritsu Aikidou KurabuKyu 6 Belt Green	Nasional	Mandiri Aikido Club	09 Juni 2014
51	Peserta, Seminar Persiapan Memasuki Dunia Kerja Dibank Syariah	Lokal	LP2SDI STIEMJ Jakarta	26 Nopember 2013
52	Anggota, Kartu Tanda Anggota Muhammadiyah (KTM)	Nasional	PP Muhammadiyah	09 Desember 2014
53	Peserta, Seminar dan Bedah Buku Akuntansi “Aplikasi OCI (Other Comprehensive Income) dalam Pelaksanaan PSAK Terkini Berbasis IFRS”	Lokal	STIE Kesatuan Bogor	11 Desember 2014

54	Peserta, Kenaikan Tingkat Peguruan Pencak Silat Nasional Padjadjaran Pusat Bogor “Ban Hijau”	Nasional	Keluarga Besar IPSI Kab. DT.I bogor	05 Maret 1991
55	Peserta Siswa Madrasah Diniyah Ar-Rahman TA 1991/1992	Nasional	Madrasah Diniyah Wilayah JAKTIM DEPAG	30 Mei 1992
56	Anggota, Organisasi Profesi “Ikatan Akuntan Indonesia (IAI)”	Nasional	Ikatan Akuntan Indonesia	2014
57	Anggota, Organisasi Profesi Ikatan Ahli Ekonomi Islam	Nasional	IAEI	2013
58	Anggota, Organisasi ARTIVISI (Radio & televisi Sunnah Indonesia)	Nasional	ARTIVISI	2014
59	Reseller Zahir Accounting (Partner)	Nasional	PT. Zahir International	12 Juni 2014
60	Peserta Seminar Dosen FEB UHAMKA, Tema “Tauhid sebagai Basis Pendidikan Tinggi”	Lokal	FEB UHAMKA	10 Februari 2015
61	His Excellency Bosnia - Herzegovina Ambassador, Tarik Bukvic	Internasional	Universitas of Indonesia Post Graduate Program of The Middle E astern and Islamic Studies	2010
62	Ekonomi Syariah, Solusi untuk Semua	Nasional	FEM IPB dan SES-C	2010
63	Internasional Conference on The Significance of Education For The Future: The Gulen Model of Education 2010	Internasional	Universitas Indonesia	2011

64	His Excellency Morocco Ambassador, Mohamed Majedi	Internasional	Universitas of Indonesia Post Graduate Program of The Middle Eastern and Islamic Studies	2011
65	Kaidah-Kaidah Fiqih Keuangan dan Transaksi Bisnis	Nasional	Universitas Azzahra	2011
66	Kaya dan Bahagia Cara Syariah	Nasional	MES, IAEI & UIN	2011
67	Asuransi Syariah antara Peluang, Tantangan, dan Dakwah	Nasional	MES dan Syariah Economic Forum FE Univeristas Gunadarma	2012
68	Audit Forensik dan Audit Investigatif	Nasional	MBA Consultant	2012
69	Prospek Pendidikan Akuntansi dan Peran Akuntan dalam Menghadapi ASEAN Economic Community (AEC) Tahun 2015	Nasional	STIE Kesatuan	2013
70	INTEGRATION OF UMMAH BY TAWHIDI METHODOLOGICAL WORD VIEW	Nasional	Universitas Trisakti	2014
71	Peran Balanced Scorecard Dan Akuntansi Dalam Pengukuran Kinerja Dan Pengembangan Usaha	Nasional	STIE Muhammadiyah & LPPM STIEMJ	2014
72	Aplikasi OCI (Other Comprehensive Income) dalam Pelaksanaan PSAK Terkini Berbasis IFRS	Nasional	STIE Kesatuan	2014
73	Managing Cash Flow - An Operational Approach	Nasional	Tax Preparer	2014

74	Mengenal, Mengabdi, dan Menjadi Muhammadiyah dengan Berilmu Amaliah dan Beramal Ilmiah	Nasional	Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA	2015
75	Implementasi Strategi Peningkatan Costumers Loyalty Melalui Corporate Brand Equity, Product Attribute, dan Service Quality	Nasional	Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA	2015
76	Zakat Profesi	Nasional	Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA	2015
77	Inventory Accounting & Management	Nasional	Kharisma Mitra Training	2015
78	Panel & Workshop Indonesia Cerdas Financial	Nasional	Financial Wisdom	2016
79	Pemahaman Ekonomi Syariah Menuju Masyarakat yang Berkemajuan	Nasional	Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA	2016
80	Focus Grup Discussion (FGD) Penyusunan Kurikulum Berbasis Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI)	Nasional	Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA	2016
81	Strategi Pembelajaran Berbasis Neurosains	Nasional	Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA	2016
82	Workshop Penguatan Kelembagaan dan Mutu Akademik FEB UHAMKA	Nasional	Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA	2016
83	Seminar Dosen dan Sosialisasi SINTA (Science and Technology Index), Google Scholar, dan Kebijakan UPPI UHAMKA	Nasional	Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA	2017

84	Membangun Kultur Akademis melalui Publoikasi Internasional	Nasional	Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA	2017
85	Menggugah Kesadaran Filantropi : Ikhtiar Membangun Kemandirian Umat dan Mengasah Kepekaan Nasional	Nasional	Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA	2017
86	Lokarya Perbankan Aspek Akuntansi keuangan Dan Audit Laporan Keuangan BPR Syariah Workshop Perikatan Investigasi	Nasional	IAPI	2017
87	Peran Fintech dalam Pengembangan Bisnis Syariah	Nasional	Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA	2018
88	Pelatihan Pengembangan Keterampilan Dasar Teknik Instruksional (PEKERTI)	Nasional	Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA	2016
89	PPL Khusus IAPI & PPPK Lokarya Wajib Pembinaan Dan Pengawasan Akuntan Publik	Nasional	IAPI dan PPPK	2017

E. Kegiatan sebagai Narasumber

No	Seminar	Bentuk Kegiatan	Penyelenggara	Tanggal
1	Cash Flow & Treasury Management	Nasional	Kharisma Mitra Training	2013
2	Analisa Laporan Keuangan	Nasional	Kharisma Mitra Training	2013
3	Penghargaan “Professional Instructor at the workshop of "Best Practice of Accounting Control”	Nasional	PT. Proesdeem Indonesia	2012
4	Penghargaan “Professional Instructor		PT. Proesdeem	

	at the workshop of "Effective Budgeting & Cost Control"	Nasional	Indonesia	2012
5	Penghargaan "Professional Instructor at the workshop of "Faud Prevention & Detecion for Non-Auditor"	Nasional	PT. Proesdeem Indonesia	2012
6	Penghargaan "Professional Instructor at the workshop of "International Financial Reporting Standard IFRS"	Nasional	PT. Proesdeem Indonesia	2012
7	Penghargaan "Professional Instructor at the workshop of "Organizing and Managing Account Payable"	Nasional	PT. Proesdeem Indonesia	2012
8	Penghargaan "Pemahaman Ekonomi Syariah Menuju Masyarakat yang Berkemajuan"	Nasional	PT. Proesdeem Indonesia	2012
9	Workshop Career and Job Fair	Nasional	STIAMI	2018

F. Karya Buku :

No	Judul	ISBN
1	MODUL PRACTICE PERPAJAKAN Sample Questions and Discussion	ISBN : 978 - 602 - 1078 - 68 - 6
2	MODUL PRACTICES AKUTANSI SYARIAH(Sample, Question, and Discussion)	ISBN : 978 - 602 -50988 - 0 - 2
3	Sistem Pengendalian Mutu Akuntan Publik Indonesia	ISBN : 978 - 602 -50988 - 1 - 9