



Budiandru dan Rekan
Kantor Akuntan Publik
Register Public Accountant
Management & Tax Consultant

CSR - DISCLOSURE PERFORMANCE DI INDUSTRI HALAL

Berdasarkan Tawhidi Episthemology Approach

Mengungkap peran informasi tanggung jawab sosial (*CSR-Disclosure*) di industri Halal di Indonesia berdasarkan *Tawhidi Episthemology Approach*. Pendekatan syariah ini bermuamalah dengan proses *Learning interaction, Intergration, dan Evolution Process*.

Model ini dibawa oleh Prof. Dr. Masudul Alam Choudhury.

DR. BUDIANDRU., AK., CA., CPA.,

2021

CSR – DISCLOSURE PERFORMANCE DI INDUSTRI HALAL

Berdasarkan Tawhidi Episthemology Approach

Penulis:

DR. BUDIANDRU., AK., CA., CPA.,

ISBN : 978-623-98060-0-2

Perwajahan Sampul :

Rohani

Perwajahan isi :

Rohani

Penerbit :

Kantor Akuntan Publik Budiandru dan Rekan

Alamat :

Head Office : Ruko Apartemen Cibubur Village Tower E Lt. GF KE 01-06.
Jl. Radar Auri No.1 RT 008/014 Jakarta Timur 13720 Telp/Fax (021) 22870841; website :
kapbudiandrudanrekan.com,

Email : kapbudiandrudanrekan@gmail.com

147 halaman ; 18,2 cm x 25,7 cm

Cetakan Pertama, Agustus 2021

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit

Profil Penulis

Dr. Budiandru., SE.,Ak.,M.Sy

Pendidikan

- Mengawali pendidikan Strata-1 di PT Muhammadiyah Jakarta jurusan Ekonomi Akuntansi (S.E)
- *Menyelesaikan Program Profesi Akuntan (PPAK), mendapatkan gelar Akuntan (Ak), dengan Nomor Register D-44036 dari MenKeu di Kwik Kian Gie School Jakarta.,*
- Mendapatkan gelar Chartered Accountant (CA), dengan Nomor 11.44036 dari Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) with member of IFAC (International Federation of Accountant)
- Telah menyelesaikan Strata-2 mendapatkan Gelar Master Ekonomi Syariah (Postgraduate degree in Master of Economic) major Shari'ah Economic Finance (ME.Sy), di Azzahra University.
- Telah menyelesaikan Certified Pubilc Accountant (CPA), dengan Nomor 11.44036 dari Ikatan Akuntan Publik Indonesia (IAPI) with member of IFAC (International Federation of Accountant)
- Telah menyelesaikan Certified Professional Investigator (CPI), dari Ikatan Akuntan Publik Indonesia (IAPI) with member of IFAC (International Federation of Accountant)
- Mendapatkan gelar Asean Chartered Professional Accountant (Asean CPA), dari Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) with member of IFAC (International Federation of Accountant) dan ACCA
- *Menyelesaikan “Doctor of Islamic Economic Finance” at IEF Trisakti University*

Pekerjaan

- *Dosen Tetap di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka Jabatan Fungsional Akademik inshaallah bulan Oktober tahun 2021 akan menjadi Associate Professor*
- *Managing Partner di KAP Budiandru & Rekan di Jakarta*

Mobile : +62812-8159-318

Email : budiandru@uhamka.ac.id

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 Episthemology Approach*. Diantara berbagai factor yang diduga berpengaruh dalam meningkatkan *Performance Financial Reporting* (PER), *Good Coorporate 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 Episthemology 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 Coorporate 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 anlalysis tools which Lisrel 8.8 program with Twhidi 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 Lifesyle, 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 وَنُسْتَغِيثُ , وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَلِنَا ,
لَهُ , وَأَشْهَدُ أَنْ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ , مِنْ يَدِهِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ , وَمَنْ يَضِلَّ فَلَا هَادِيَ لَهُ , وَأَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ

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 تَقَاتِهِ وَلَا تَمُوتُنَّ إِلَّا وَأَنْتُمْ 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 رَبَّكُمُ 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 memperkembangbiakkannya 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 وَخَيْرُ الْهَدْيِ هَدْيُ مُحَمَّدٍ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَشَرُّ الْأُمُورِ مُحْدَثَاتُهَا وَكُلُّ مُحْدَثَةٍ بِشْعَةٍ وَكُلُّ بِشْعَةٍ ضَالَّةٌ وَكُلُّ ضَالَّةٍ لِي 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". Penelitian ini telah diuji pada sidang terbuka pada bulan Desember 2019 untuk syarat kelulusan Program Doktor di Pascasarjana Program Studi Ilmu Ekonomi, Universitas Trisakti. Penulis pun menyadari jika dalam penyusunan buku ini masih mempunyai kekurangan dan kesalahan, namun penulis meyakini sepenuhnya bahwa sekecil apapun buku ini tetap akan memberikan sebuah manfaat bagi pembaca.

Demikian penyusunan buku yang penulis lakukan, agar dipergunakan sebagaimana mestinya. Mohon maaf apabila terdapat kesalahan penulisan dalam buku ini. Akhir kata untuk penyempurnaan buku, maka kritik dan saran dari pembaca sangatlah berguna untuk penulis kedepannya.

Jakarta, 07 Agustus 2021

Budiandru

DAFTAR ISI

Lembar ISBN	i
Profil Penulis	ii
Abstrak	iii
Abstract.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
BAB I LATAR BELAKANG MASALAH DAN IDENTIFIKASI MASALAH & PERUMUSAN MASALAH CSR DI INDUSTRI HALAL.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah CSR di industri Halal.....	17
1.2.1 Identifikasi Masalah CSR di Industri Halal	17
1.2.2 Perumusan Masalah CSR di Industri Halal.....	17
1.3 Tujuan Penelitian CSR di Industri Halal.....	18
1.4 Manfaat Penelitian CSR di Industri Halal.....	19
1.4.1 Manfaat Akademik.....	19
1.4.2 Manfaat Praktis.....	19
1.4.3 Manfaat Kebijakan	19
1.5 Signifikasi Penelitian CSR di Industri Halal	19
1.6 Sistematika Penulisan.....	20
BAB II LITERATUR AKUNTANSI PERTANGGUNG JAWABAN SOSIAL.....	22
2.1 Landasan Teori Akuntansi.....	22
2.1.1 Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial	22
2.1.2 Tujuan Akuntansi Pertanggungjawaban S.....	24
2.1.3 Pengungkapan Dalam Laporan Keuangan.....	25
2.1.4 Pelaporan Informasi Sosial dan Pemilihan Kebijakan Akuntansi	26

2.2	Pertanggungjawaban Sosial dalam Persepektif Akuntansi Islam	27
2.2.1	<i>Prinsip Pertanggungjawaban</i>	28
2.2.2	<i>Prinsip Keadilan</i>	29
2.2.3	<i>Prinsip Kebenaran</i>	29
2.3	Landasan Teori Penelitian	29
2.3.1	<i>Teori Legitimasi</i>	29
2.3.2	<i>Teori Stakeholder</i>	31
2.3.3	<i>Teori Agensi</i>	33
2.3.4	<i>Teori Kontingensi (Contingency Theory)</i>	34
2.3.5	<i>Model Tawhidi String Relation</i>	34
2.3.6	<i>Ontology dan Shuratic Proses</i>	38
2.4	Tinjauan Corporate Social Responsibility (CSR).....	41
2.4.1	<i>Pengertian Corporate Sosial Responsibility</i>	40
2.4.2	<i>Definisi Konsep Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	42
2.4.3	<i>Konsep Corporate Social Responsibility secara Konvensional</i>	47
2.4.4	<i>Konsep Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Akuntansi Islam</i>	47
2.4.5	<i>Perkembangan Corporate Social Responsibility di Indonesia</i>	56
2.4.6	<i>Standar Pengungkapan Informasi Sosial dan Lingkungan di Indonesia</i>	56
2.4.7	<i>Media Pengungkapan Informasi Sosial Lingkungan</i>	57
2.4.8	<i>Tren Pelaporan CSR di Dunia dan di Indonesia</i>	58
2.5	Mekanisme Good Corporate Governance.....	59

2.5.1	<i>Tinjauan Good Corporate Governance</i>	61
2.5.2	<i>Pengertian Good Corporate Governance</i>	62
2.5.3	<i>Tujuan dan Manfaat Good Corporate Governance</i>	62
2.5.4	<i>Prinsip-prinsip Good Corporate Governance</i>	63
2.5.5	<i>Unsur-unsur Corporate Governance</i>	65
2.5.6	<i>Penilaian Mandiri (Self Assessment)</i>	65
2.5.7	<i>Good Corporate Governance dalam Perspektif Islam</i>	66
2.5.8	<i>Prinsip Good Corporate Governance dalam Islam</i>	66
2.5.8.1	<i>Tauhid</i>	66
2.5.8.2	<i>Taqwa dan Ridha</i>	67
2.5.8.3	<i>Ekulilibrium (Keseimbangan dan Keadilan)</i>	67
2.5.8.4	<i>Kemashlahatan</i>	68
2.5.9	<i>Prinsip Good Corporate Governance OECD dan KNKG dalam Perspektif Akuntansi Islam</i>	69
2.5.9.1	<i>Transparasi</i>	69
2.5.9.2	<i>Akuntabilitas</i>	69
2.5.9.3	<i>Responsibilitas</i>	69
2.5.9.4	<i>Independensi</i>	69
2.5.9.5	<i>Keadilan</i>	70
2.6	<i>Mekanisme Halal Life Style</i>	70
2.6.1	<i>Pengertian Halal Life Style</i>	71
2.6.2	<i>Halal Life Style menurut Majelis Ulama Indonesia (MUI)</i>	71
2.7	<i>Audit</i>	74
2.7.1	<i>Pengertian Audit</i>	74
2.7.2	<i>Konsep Audit</i>	74
2.8	<i>Variabel Penelitian</i>	74
2.8.1	<i>Pengungkapan Indeks CSR</i>	74
2.8.2	<i>Good Corporate Government</i>	77
2.8.2.1	<i>Indikator Ukuran Dewan Komisaris</i>	77
2.8.2.2	<i>Indikator Ukuran Komite Audit</i>	78

2.8.2.3	<i>Indikator Ukuran Kepemilikan Asing</i>	79
2.8.2.4	<i>Indikator Kepemilikan Manajerial</i>	79
2.8.3	<i>Halal Lifestyle</i>	79
2.8.4	<i>Performance of Financial Reporting</i>	79
2.8.4.1	<i>Indikator Ukuran Perusahaan</i>	80
2.8.4.2	<i>Indikator Profitabilitas</i>	81
2.8.4.3	<i>Indikator Leverage</i>	81
2.8.5	<i>Audit Independen</i>	82
2.9	<i>Penelitian Terdahulu</i>	83
2.10	<i>Kerangka Pemikiran Konseptual</i>	86
2.11	<i>Pengembangan Hipotesis Penelitian</i>	88
2.11.1	<i>Perumusan Hipotesis Halal Lifestyle pengaruh positif terhadap Performance of Financial Reporting</i>	89
2.11.2	<i>Perumusan Hipotesis Halal Lifestyle (HLS) berpengaruh positif terhadap Good Corporate Government (GCG)</i>	89
2.11.3	<i>Perumusan Hipotesis Halal Lifestyle (HLS) terhadap Pengungkapan CSR</i>	90
2.11.4	<i>Perumusan Hipotesis Performance of Financial Reporting berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR</i>	90
2.11.5	<i>Perumusan Hipotesis Good Corporate Government (GCG) berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR</i>	90
2.11.6	<i>Perumusan Hipotesis Audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR</i>	91
2.11.7	<i>Perumusan Hipotesis Halal Lifestyle, Audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR</i>	91
2.11.8	<i>Perumusan Hipotesis Halal Lifestyle, Good Corporate Government (GCG) berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR</i>	92
2.11.9	<i>Perumusan Hipotesis Halal Lifestyle, Performance of Financial Reporting berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR</i>	92

2.11.10 Perumusan Hipotesis dampak Complementary dalam circular causation Halal Lifestyle, Performance of Financial Reporting, Good Corporate Governance (GCG) dan Audit dengan pengujian TSR dalam pengungkapan informasi CSR.....	92
BAB III METODOLOGI DALAM DESAIN PENELITIAN	94
3.1 Desain Penelitian.....	94
3.2 Populasi dan Sampel	94
3.3 Jenis dan Sumber Data	96
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	96
3.5 Variabel Penelitian dan Pengukuran.....	96
3.5.1 Indeks Pengungkapan CSR (Y) dengan ISR Index	98
3.5.1.1 Metode Skoring ISR Index	99
3.5.2 Good Corporate Governance (X1)	99
3.5.2.1 Ukuran Dewan Komisaris	99
3.5.2.2 Ukuran Komite Audit.....	99
3.5.2.3 Kepemilikan Asing.....	100
3.5.2.4 Kepemilikan Manajerial	100
3.5.3 Halal Lifestyle (X2)	100
3.5.4 Performance of Financial Reporting (X3).....	100
3.5.4.1 Ukuran Perusahaan.....	100
3.5.4.2 Profitabilitas.....	101
3.5.4.3 Leverage	101
3.5.5 Audit.....	101
3.6 Metode Analisis Data.....	101
3.6.1 Statistik Deskriptif.....	101
3.6.2 Metode Pengolahan Data dengan SPSS.....	102
3.6.3 Pengolaan Data dengan SEM	102
3.6.3.1 Uji Normalitas.....	102
3.6.3.2 Metode Estimasi	102

3.6.3.3	<i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>	103
3.6.3.3.1	<i>Spesifikasi Model</i>	103
3.6.3.3.2	<i>Analysis Offending Estimates</i>	103
3.6.3.3.3	<i>Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel</i>	103
3.6.3.3.4	<i>Fitted Test</i>	104
3.6.3.3.4.1	<i>Absolute Fit Measures, CMIN/DF</i>	104
3.6.3.3.4.2	<i>Goodness-Fit-Index (GFI)</i>	104
3.6.3.3.4.3	<i>The Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)</i>	105
3.6.3.3.4.4	<i>Incremental Fit Measures – Adjusted Goodness-of-Fit (AGFI)</i>	105
3.6.3.3.4.5	<i>Expected Cross Validation Index (ECVI)</i>	105
3.6.3.3.4.6	<i>Incrimental Fit Index (IFI)</i>	105
3.6.3.3.4.7	<i>Comparative Fit Index (CFI)</i>	105
3.6.3.3.4.8	<i>Parsimonious Fit Measures-Parsimonious Normal Fit Index (PNFI)</i>	105
3.6.3.3.4.9	<i>Parsimonious Goodness-of-Fit Index (PGFI)</i>	105
3.7	<i>Analisis Data</i>	105
BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN		109
4.1	<i>Deskripsi Data</i>	109
4.2	<i>Analisis dengan SEM</i>	109
4.2.1	<i>Uji Normalitas</i>	109
4.2.1.1	<i>Metode Estimasi</i>	110
4.2.2	<i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>	110
4.2.2.1	<i>Analysis Offending Estimates</i>	110
4.2.2.2	<i>Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Teramati</i>	111
4.2.2.2.1	<i>Variabel Laten GCG</i>	111
4.2.2.2.2	<i>Variabel Laten PER</i>	112

4.2.3	<i>Kontribusi Indikator Variabel terhadap Variabel Penelitian</i>	112
4.2.3.1	<i>Variabel Good Corporate Governance</i>	114
4.2.3.2	<i>Indikator Ukuran Dewan Komisaris</i>	114
4.2.3.3	<i>Indikator Ukuran Komite Audit</i>	114
4.2.3.4	<i>Indikator Kepemilikan Manajerial</i>	115
4.2.3.5	<i>Indikator Kepemilikan Asing</i>	115
4.2.4	<i>Variabel Performance of Financial Reporting (PER)</i>	115
4.2.4.1	<i>Indikator Ukuran Perusahaan</i>	116
4.2.4.2	<i>Indikator Profitabilitas</i>	116
4.2.4.3	<i>Indikator Leverage</i>	116
4.3	<i>Uji Kesesuaian Model (Fitted Test)</i>	116
4.4	<i>Pembahasan dan Hasil Pengujian Hipotesis</i>	118
4.4.1	<i>Pengaruh Halal Lifestyle (HLS) terhadap Performance of Financial Reporting (PER)</i>	120
4.4.2	<i>Pengaruh Halal Lifestyle (HLS) terhadap Good Corporate Government (GCG)</i>	121
4.4.3	<i>Pengaruh Halal Lifestyle (HLS) terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR)</i>	122
4.4.4	<i>Pengaruh Performance of Financial Reporting (PER) terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR)</i>	123
4.4.5	<i>Pengaruh Good Corporate Government (GCG) terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR)</i>	125
4.4.6	<i>Pengaruh Audit Independen terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR)</i>	126
4.4.7	<i>Pengaruh Halal Lifestyle (HLS), Audit Independen terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR)</i>	127
4.4.8	<i>Pengaruh Halal Lifestyle (HLS), Good Corporate Government (GCG) terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR)</i>	128

4.4.9 Pengaruh Halal Lifestyle (HLS), Performance of Financial Reporting (PER) terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR)	129
4.4.10 Pengujian Hipotesis TSR Approach	130
4.4.10.1 Dampak Complementary dalam Circular pada Good Corporate Goverment (GCG) Dalam Menyajikan Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial Dalam Laporan Keuangan Tahunan di Industri Halal.....	130
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.....	131
4.4.10.3 Dampak Complementary Dalam Circular Causition Pada Halal Lifestyle (HLS) Dalam Membentuk Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial Dalam Laporan Keuangan Tahunan Di Industri Halal.....	131
4.4.10.4 Dampak Complementary dalam Circular Causition pada Audit Independen dalam membentuk Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal	132
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI PENELITIAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN CSR DI INDUSTRI HALAL	134
5.1 Simpulan	134
5.2 Implikasi Penelitian.....	138
5.2.1 Implikasi Teoritis	138
5.2.2 Implikasi Manajerial	139
5.2.3 Keterbatasan Penelitian	140
5.3 Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya.....	140
DAFTAR PUSTAKA.....	141

BAB I

LATAR BELAKANG MASALAH DAN IDENTIFIKASI MASALAH & PERUMUSAN MASALAH CSR DI INDUSTRI HALAL

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 *sosial 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 sosial 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 berpijak pada aspek sosial dan lingkungan. Ini tidak terlepas dari asumsi bahwa sebagian besar dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan telah mengubah pola kehidupan masyarakat sekitar di mana turut berpengaruh terhadap sumber penghidupan mereka. Seperti hak masyarakat adat akan hutan sebagai sumber penghidupan tidak lagi dapat 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).

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).

Aktivitas perusahaan dalam skala 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, pusat 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 besar, perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal (investor dan kreditur) tetapi juga karyawan, konsumen serta masyarakat 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-reciprocal* yaitu transaksi antara keduanya tidak menimbulkan prestasi timbal balik (Sembiring, 2005). 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.

Implikasi dari prinsip kapitalisme dalam akuntansi konvensional, perusahaan hanya membatasi diri pada aspek pertukaran barang dan jasa antara dua atau lebih entitas ekonomi, sedangkan prinsip pertukaran atau transaksi antara perusahaan dan lingkungan sosialnya menjadi tidak diperhatikan. Hal ini mengakibatkan 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).

Sejalan dengan pemikiran-pemikiran yang tersebut di atas, Harahap (2001a), (2003), dan 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*. Pemikiran Harahap berkenaan dengan akuntansi pertanggungjawaban sosial sering disampaikan di berbagai forum seminar nasional maupun internasional terutama yang dikembangkannya di Program Doktoral 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 Ephysistemology*. Jadi perhatian dalam masalah pertanggungjawaban sosial harus diintegrasikan dalam perspektif keilmuan yang lebih luas (Harahap dan Chowdury, 2010).

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. Apabila 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 mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial terutama informasi mengenai 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 diterapkan oleh perusahaan publik. Walaupun 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, walaupun masih dalam bentuk yang relatif sederhana (Fatah, 2014).

CSR merupakan wacana 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 mempraktikkan 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*. Inisiatif ini bahkan mulai diikuti oleh otoritas bursa saham di Asia, 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. Pemerintah pun mengakomodasi dengan peraturan mengenai pengungkapan praktek CSR ini seperti dalam UU No. 40/40/2007 serta peraturan Bapepam terkait. 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. Jika masyarakat menganggap perusahaan tidak memperhatikan aspek sosial dan lingkungan serta tidak merasakan kontribusi secara langsung, bahkan merasakan dampak negatif dari beroperasinya sebuah 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 isu 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 pesat, ditambah dengan isu praktik dan pengungkapan CSR yang makin marak, 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 SR 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 bagaimanakah 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 di Indonesia dapat dilihat dalam (Lampiran Tabel 1.3) dengan tingkatan rangkingnya.

Indeks tanggungjawab sosial pada dasarnya adalah bagi perusahaan memberi perhatian kepada lingkungannya, mulai dari lingkungan fisik lokasi perusahaan beraktivitas maupun lingkungan wilayah pemasaran produk, seperti persahaan-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 keuntungan, perusahaan juga harus membantu memecahkan masalah-masalah sosial, baik terkait dengan bidang usahanya atau tidak, perusahaan harus ikut memberikan kontribusi bahkan jika disana tidak mungkin ada potensi keuntungan jangka pendek atau jangka panjang.

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 definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan harus dapat berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi, beriringan 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 pada umumnya menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap *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 didunia, mulai dari penggundulan hutan, polusi udara dan air, hingga perubahan iklim dapat dikurangi.

Berbagai dampak dari keberadaan perusahaan ditengah-tengah masyarakat di dunia bahwa sumber daya alam adalah terbatas dan oleh karenanya pembangunan ekonomi harus dilaksanakan secara berkelanjutan, dengan konsekuensi bahwa perusahaan dalam menjalankan usahanya perlu menggunakan sumber daya dengan efisien dan memastikan bahwa sumber daya tersebut tidak habis. Dengan demikian sumber daya tetap dimanfaatkan oleh generasi dimasa mendatang. Dengan konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), maka kegiatan CSR menjadi lebih terarah, paling tidak perusahaan perlu berupaya melaksanakan konsep tersebut.

Kesadaran para *stakeholder* (akan pentingnya pembangunan berkelanjutan yang dilakukan oleh perusahaan) telah mendorong perusahaan untuk mengungkap praktik-praktik atau kegiatan CSR untuk dilakukan. Lebih lanjut lagi, menurut Deegan dan Gordon (1996) bahwa tekanan *stakeholder* terhadap perusahaan untuk dapat secara efektif menjalankan 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-perusahaan lebih memberikan perhatian yang besar terhadap pelaporan sustainabilitas dan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Ini menjelaskan isu-isu yang berkaitan

dengan reputasi, manajemen resiko dan keunggulan kompetitif sebagai kekuatan yang mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR.

Semakin kuatnya tekanan *stakeholder* (*opportunity research of CSR*) dalam hal pengungkapan praktik-praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan menyebabkan perlunya memasukan unsur sosial dalam pertanggungjawaban perusahaan ke dalam akuntansi. Hal ini mendorong lahirnya suatu konsep yang disebut 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 lingkup wilayah Indonesia, standar akuntansi keuangan Indonesia belum mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial, akibatnya yang terjadi di dalam praktik perusahaan hanya dengan sukarela mengungkapkannya atau merupakan *voluntary disclosure*. Secara implisit Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (revisi 2004) paragraf 9 menyarankan 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 jauh lagi, adanya CSR di Indonesia diatur Undang-undang No. 40 Thn. 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat 1 undang-undang tersebut menyebutkan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usaha dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib 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 banyak peneliti untuk melakukan penelitian dan diskusi mengenai praktik dan motivasi perusahaan untuk melakukan CSR. Beberapa penelitian yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) telah banyak dilakukan oleh Belkaoui dan Krapik (1989). Cowen, et. Al (1987); Sembiring (2005) dan Anggraeni (2006) yang meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi CSR. Diantara 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.

Tujuan pokok GCG Menurut Baridwan, (2003) dalam Ndaruning Wulandari, (2005), dan Siswanto & Aldrige (2005), didalam 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 bertanggung jawab 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 *good corporate governance* ini mengharuskan perusahaan untuk memberikan laporan bukan hanya kepada pemegang saham, calon investor, kreditor, dan pemerintah semata tetapi juga pada *stakeholder* lainnya, seperti masyarakat umum dan karyawan.

Kaen (2003) dalam Anggraini (2006) mendefinisikan *corporate governance* sebagai sesuatu tentang siapa yang mengontrol perusahaan dan mengapa dia mengontrol. *Cadbury Committee* pada tahun 1992 dalam Anggraini, (2006), mendefinisikan *corporate governance* sebagai prinsip yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan agar mencapai keseimbangan antara kekuatan serta kewenangan perusahaan dalam memberikan pertanggungjawaban kepada *shareholder* khususnya *stakeholder* pada umumnya. Sementara itu *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI) mendefinisikan *corporate governance* sebagai sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan. Shleifer dan Vishny mendefinisikan *corporate governance* sebagai cara-cara untuk memberikan keyakinan pada 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 dikorelasikan dengan tingkat pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan; seperti ukuran dewan komisaris, ukuran komite audit, kualitas auditor eksternal, dan struktur kepemilikan berkorelasi positif dengan pengungkapan CSR (Haniffa dkk, 2004; Sembiring, 2005; Anggraini, 2006; Sayekti dan Wondabio, 2007). Novita dan Djakman (2008) menghubungkan kepemilikan asing dan kepemilikan institusional terhadap pengungkapan CSR. Farook dan Lanis (2005) mengkorelasikan 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 pengaruh yang signifikan 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 akan 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 elemen kunci dalam peningkatan efisiensi ekonomi yang meliputi serangkaian hubungan antara manajemen perusahaan, dewan komisaris, para pemegang saham, dan *stakeholder* lainnya. Mekanisme *corporate governance* merupakan salah satu elemen kunci dalam peningkatan efisiensi ekonomi yang meliputi serangkaian hubungan antara manajemen perusahaan, dewan komisaris, para pemegang saham, dan *stakeholder* lainnya. Mekanisme *corporate governance* juga memberikan suatu struktur yang

memfasilitasi penentuan 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 implementasi *corporate governance* merupakan suatu bentuk lain penegakan etika bisnis dan etika kerja yang sudah lama menjadi komitmen perusahaan dan implementasi *corporate governance* berhubungan dengan peningkatan citra perusahaan. Perusahaan yang mempraktikkan *corporate governance* akan mengalami perbaikan citra dan peningkatan nilai perusahaan. Menurut Nurlela dan Islahuddin (2008) nilai perusahaan merupakan nilai pasar yang dapat meningkatkan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan nilai pasar yang tercermin dalam harga saham, Harga saham penting untuk diperhatikan karena tidak pernah tetap, kadang baik, kadang turun. Jika harga saham dipasar modal naik, maka perusahaan akan mencapai nilai maksimal dan kemakmuran pemegang saham juga meningkat sehingga tujuan perusahaan tercapai, dan begitu juga sebaliknya.

Harga saham dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah kualitas pengungkapan CSR. Investor cenderung lebih tertarik dengan perusahaan yang melaksanakan CSR sebagai tempat penanaman modal karena semakin tinggi kualitas CSR maka kelangsungan hidup perusahaan lebih terjamin. *Corporate social responsibility (CSR)* merupakan klaim *stakeholder* agar perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (*stakeholder*), tapi juga untuk kemaslahatan pihak *stakeholder* dalam praktik bisnis, yaitu para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), konsumen, dan lingkungan (Nurlela, 2008). Oleh karena itu, suatu perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (*stakeholder*), tetapi 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 beberapa 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 menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi dari pada perusahaan kecil (Cowen, 1987; Roberts 1992; Belkaoui & Karpik 1989; Hasibuan 2001; Sembiring, 2005 dan Anggraeni 2006).

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 diduga mempengaruhi pengungkapan CSR adalah profitabilitas dan *leverage*. Hubungan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR membutuhkan gaya manajerial yang sama sebagaimana yang diperlukan untuk dapat membuat perusahaan menguntungkan (*profitable*)

(Sembiring, 2005 : Belkaoui & Karpik, 1989). Pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan luas informasi CSR. *Leverage* memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Roberts, R.W (1992) dalam Anggraini (2006) menyampaikan pendapat yang mengatakan 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. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi.

Kemudian faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah ukuran dewan komisaris. Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen agar mengungkapkan CSR. Sehingga perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang akan lebih besar atau lebih banyak mengungkapkan CSR (Hadi dan Arifin, 2002; Sembiring 2005) yang menunjukkan hasil bahwa proporsi dewan komisaris independen mempengaruhi 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 (ﷻ) dan Assunnah (ﷺ) 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 وَرَضِيتُ 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:

﴿لَتُثْبَلُونَ فِي أَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ وَلَتَسْمَعَنَّ مِنَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ مِنْ قَبْلِكُمْ وَمِنَ الَّذِينَ أَشْرَكُوا أَذًى 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 مُتْسِئًا تَلْفًا

“Ketika hamba berada di setiap pagi, ada dua malaikat yang turun dan berdoa, “Ya Allah berikanlah ganti pada yang gemar berinfak (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 keteladanan indah yang diajarkan Rasulullah SAW adalah seorang pemimpin harus senasib-sepenanggungan dengan rakyat. Jika rakyat hidup serba kekurangan, maka pemimpin juga harus ikut merasakannya. Pemimpin tidak boleh hidup berkecukupan, di saat rakyatnya mengalami kelaparan dan kesulitan.

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 مِنْذُ قَدِمَ الْمَدِينَةَ مِنْ طَعَامِ الْبُرِّ ثَلَاثَ لَيَالٍ تَبَاعًا حَتَّى قُبِضَ

“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 Allah dan Rasulullah bagi mereka.’ Aku (Umar) berkata, “Demi Allah, 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, banyak berpuasa dan banyak membaca Al Quran, murah hati dan dermawan. Berikut adalah kisah kedermawanan sahabat Utsman bin Affan *radhiyallahu ‘anhu*.

Pada masa khalifah Abu Bakar Ash Shiddiq *radhiyallahu ‘anhu*, Madinah dilanda kelaparan. Maka Utsman membawa seribu unta dari Syam membawa gandum, minyak dan anggur. Utsman bin Affan *radhiyallahu ‘anhu* memasukkan semuanya ke dalam rumah. Datanglah para pedagang Madinah, mereka bermaksud untuk membeli makanan milik Utsman bin Affan *radhiyallahu ‘anhu*. Maka Utsman bertanya kepada pedagang itu, “Berapa kalian akan memberikan keuntungan kepadaku?”

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

Mereka 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 ta’ala menjanjikan kepadaku untuk memberikan keuntungan sebanyak 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 diantara 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 Pasca wafat Khalifah Mua’wiyah bin Abi Sufyan *Radhiyallahuanhu*, tahun 60 H, kezhaliman merajalela dimana-mana. Hubungan antara kalangan para ulama dengan para penguasa terjadi kesenjangan. Kondisi semakin memburuk, ketika sebagian orang zhalim mengemban kekuasaan, seperti misalnya al Hajjaj yang juga dibantu para pengikutnya. Mereka menghimpun harta dan menggunakannya tanpa aturan, dan juga memakainya untuk kepentingan yang tidak halal. Misalnya, Seorang penyair saja yang datang menyanjung Khalifah atau menyanjung Gubernur, pasti ia akan menangguk hadiah yang sangat besar.

Begitu mengemban tongkat pemerintahan pusat, Khalifah ‘Umar bin ‘Abdil ‘Aziz segera membuat beberapa ketetapan dan kebijakan yang disemangati nilai-nilai keislaman dan keadilan. Tujuannya untuk menyelamatkan umat dari “bencana” semena-mena yang selama ini seolah menjadi kebiasaan. Karena kebijakan tersebut,

Karena itulah Abdurrahman bin Zaid meriwayatkan dari Umar bin Asid mengenai 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 akan bertanya-tanya bagaimana Umar bin Abdul Aziz mampu mensejahterakan rakyatnya sehingga muzakki menjadi dominan mengungguli mustahiq.

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

Kedua, dengan kebijakan ekonomi strategis yang diterapkan Umar bin Abdul Aziz berdampak kepada meningkatnya produktivitas pekerja sehingga berpengaruh langsung terhadap peningkatan muzakki dan penurunan *mustahiq* (Ali Muhammad al-Shallabi, ‘Umar bin Abdul Aziz, *Ma`âlim al-Tajdîd wa al-Ishlâh*, 99-112).

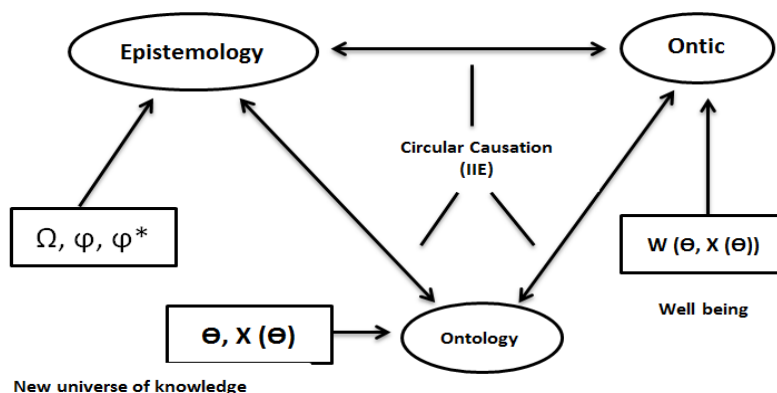
Para Ulama Usul Fiqih berkesimpulan bahwa didalam ayat-ayat kepedulian sosial diatas “Harta yang kita miliki dan di-infaqkan di jalan Allah Subhanawataala maka tidak akan mengurangi sepersen-pun harta kalian di-sisi Allah Subhanawataala” dan akan bertambah dan bertambah (berkah)

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

مَا تَقَصَّصْتُ صَدَقَةً مِنْ مَالٍ

“Sedekah tidaklah mengurangi harta.” HR. Muslim no. 2558, dari Abu Hurairah Teori muamalah secara terminology adalah teori interaksi antara satu pihak dengan pihak yang lainnya.

Adapun secara ephistemologi adalah hubungan antara pihak yang bersifat resiprokal yang saling memberikan peran baik pada hubungan materi yang bersifat *empiric* dan *tangible* maupun hubungan emosional dan spiritual yang bersifat *intangible*. Dalam dimensi kehidupan dunia, tentunya hubungan antar pihak bersifat *empiric* dan *tangible* misalnya dapat berupa hubungan dengan *environment* yang bersifat natural. Teori Muamalah secara ontology merujuk kepada eksistensi manusia sebagai makhluk ciptaan Tuhan yang memiliki hubungan spiritual dengan Tuhan yang menciptakannya serta 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 mengintegrasikan peran ilmu pengetahuan (ilmu empirik) sebagai pedoman hidup manusia di dunia dan peran kesadaran akan eksistensi Tuhan (iman) sebagai pedoman hidup beretika (berkhlak) untuk kehidupan di dunia dan diakhirat. Teori muamalah mengintegrasikan antara Ilmu pengetahuan dan Agama. Perkembangan Ekonomi Islam (ekonomi syariah) dan pelaksanaannya dalam berbagai bentuk *entity* dan *instrument* seperti perbankan syariah, asuransi syariah, pembiayaan syariah, investasi syariah dan dari kajian keilmuan baik akuntansi syariah, keuangan syariah dan manajemen syariah serta *social economic* adalah pengembangan dari teori muamalah.

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

ilmu-ilmu Agama atau *theology*. Dimulai dari interaksi dalam keseimbangan yang harmonis kemudian berintegrasi satu dengan lainnya seiring waktu berevolusi menjadi tata nilai baru. Singkatnya teori muamalah telah berkembang sangat maju dan pesat dari perilaku menjadi peradaban.

Teori muamalah saat ini tidak pernah dibahas atau tidak pernah dianggap ada, hanya karena belum diperkenalkan oleh seorang ilmuan sampai dikembangkan metode *Interaction, Intergration and Evolution (IIE)* dalam teori Tawhidi Sring Relation (TSR) oleh Prof. Masudul Alam Choudhory melalui pendekatan pemikiran filsafat (*philosophical thought*) sebagai *Unity of Knowledge* yang secara filosofis mengembalikan ilmu pengetahuan kepada satu kesatuan yang utuh dan tidak dikotomik. *Unity of Knowledge* secara ephistemologis merujuk kepada *Unity of Devine Low* dimana 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 اقْرَأْ وَرَبُّكَ 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 perantaraan kalam. Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya.*”

Profesor Masudul Alam Choudhary mencoba memperkenalkan teori ini sebagai metodologi pengembangan ilmu pengetahuan baru yang mengintegrasikan pemikiran filsafat dan agama dalam kehidupan manusia yang terintegrasi dengan lingkungannya (alam semesta) dan tuhan sebagai penciptanya. Inti dari pemahaman teori ini adalah mengakui eksistensi keberadaan dan peran Tuhan yang aktif dalam kehidupan manusia baik melalui inspirasi ilmu (*deductive reasoning*) maupun melalui keyakinan iman dan karya. Beliau minitik beratkan bahwa poros dari segala sesuatu adalah Tuhan yang hadir tapi invisible, Eksis (*tangible*) tapi juga abstrack (*intangible*).

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

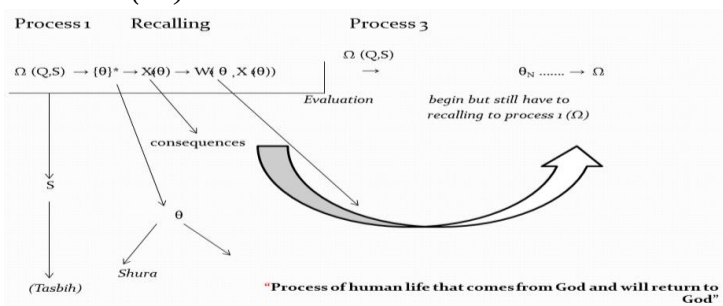
قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ ٣٢

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 dan dapat dianalisa oleh ilmu statistika.

Model baru yang dikembangkan oleh Professor Mashudul Alam Choudhary berangkat dari *Islamic Wordview* yang berbeda dengan khasanah keilmuan konvensional saat ini dimana beliau melihat dari dimensi *complexity* sebagai hal yang nyata dari berbagai fenomena sehingga metodologi keilmuan yang harus diterapkan adalah metodologi yang lebih baik dari yang ada saat ini yaitu metode yang terintegrasi dan dapat mengukur permasalahan yang *kompleks* dari berbagai 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 dalam pendekatan syariah dikenal suatu proses *Interaction, Integration and Evolution Process (IIE)*. Proses IIE tidak mengenal mutasi sebagaimana dinyatakan oleh Darwin, sehingga mutasi sel dapat dihindari (Budhijana, 2010). 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 Tasbeeh dan Syuro

Sumber : Maryanti (2011)

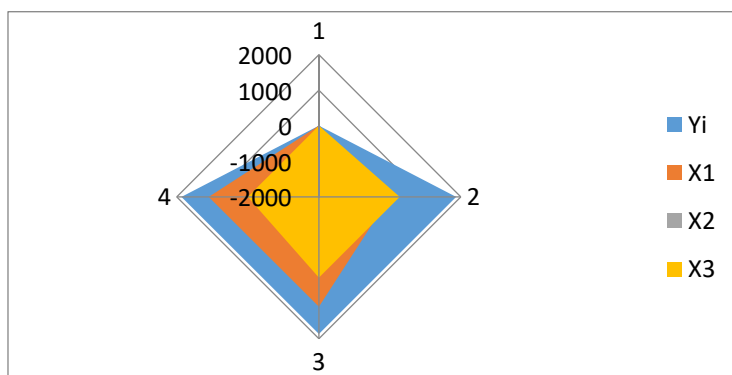
Dalam proses 1 merupakan proses dimana Ω merupakan simbol pengetahuan yang berasal dari Al-Qur'an dan Hadis dan dalam proses selanjutnya pengetahuan dan manusia bertemu melalui proses musyawarah (*suratic proses*). Hal ini dilambangkan dengan $X(\theta)$. Dengan pemahaman terhadap hubungan ini manusia 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 PER, GCG, *Halal Lifestyle*, Audit, Variabel yang dimasukkan dalam model merupakan variabel yang dapat mempengaruhi CSR Disclosure melalui *shuratic process*. 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 156, bahwa *akhirnya semua urusan kembali kepada Allah*.

CSR Disclosure mempunyai peran dalam aktivitas ekonomi sehari-hari dalam kegiatan usaha. Dengan demikian, karakteristik dari model *Tawhidi epistemology* 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 sebagai pedoman hidup.

Dalam proses panjang yang dalam pelaksanaannya akan meliputi proses interaksi, integrasi dan evolusi suatu proses belajar (*learning process*) di dalamnya (Q.S. Al-Ma'arij: 19-35). Index ISR sebagai penggerak ekonomi memiliki karakter khusus yang memiliki variabel-variabel yang saling memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lainnya secara tersistem. Masing-masing variabel tersebut, saling membutuhkan, penuh saling dukung mendukung dan saling mempengaruhi. Tata laku saling membutuhkannya dalam sistem mencerminkan antara variabel tersebut saling berinteraksi dan berpasangan (*pair-ness*) satu sama 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, ukuran komite audit, dan struktur kepemilikan asing, rasio kepemilikan manajerial. Adapun diantaranya adalah bagian dari struktur yang diambil dari keuangan yakni mekanisme *performance of financial reporting* seperti indikator ukuran perusahaan yang diprosikan dengan nilai total aktiva, profitabilitas dan *leverage*.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah CSR di Industri Halal

1.2.1 Identifikasi Masalah CSR di Industri Halal

Berdasarkan latar belakang masalah dan berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya mengenai pengaruh pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial terhadap komponen seperti ukuran dewan komisaris, ukuran komite audit, struktur kepemilikan asing, 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 berkaitan dengan reputasi, manajemen resiko dan keunggulan kompetitif 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 mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial, akibatnya yang terjadi dalam praktik perusahaan hanya dengan 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 CSR di Industri Halal

Perumusan masalah merupakan langkah yang paling penting dalam penelitian ilmiah. Perumusan masalah berguna 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 *Good Corporate Government* (GCG) ?.
3. Apakah *Halal Lifestyle* (HLS) berpengaruh terhadap *Pengungkapan Informasi Sosial* (CSR) ?.

4. Apakah *Performance of Financial Reporting* (PER) berpengaruh terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR) ?.
5. Apakah *Good Corporate Government* (GCG) berpengaruh terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR) ?.
6. Apakah *Audit Independen* berpengaruh terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR) ?
7. Apakah *Halal Lifestyle* (HLS), *Audit Independen* berpengaruh terhadap *Pengungkapan Informasi Sosial* (CSR) ?.
8. Apakah *Halal Lifestyle* (HLS), *Good Corporate Government* (GCG) terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR) ?.
9. Apakah *Halal Lifestyle* (HLS), *Performance of Financial Reporting* (PER) berpengaruh terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR) ?.
10. 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 CSR di Industri Halal

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 dan 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 tujuan penelitian ini adalah 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 menganalisis Pengaruh *Good Corporate Government* (GCG) terhadap 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 Governement* (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 CSR di Industri Halal

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

1.4.1 Manfaat Akademik

1. Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu akuntansi keuangan, terutama mengenai bagaimana pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan yang kemudian diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan halal.
2. Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu akuntansi keuangan syariah, terutama mengenai bagaimana pengungkapan secara *full disclosure* semua informasi yang diperlukan oleh para *stakeholder* pada komponen laporan keuangan perusahaan halal.
3. Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pada akuntansi pertanggungjawaban sosial, terutama mengenai faktor-faktor apa saja yang mendorong perilaku perusahaan untuk mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan perusahaan dan bagaimana pengukurannya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Memberikan kontribusi praktis bagi manajemen perusahaan terutama sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan sehubungan dengan penerapan CSR dalam operasional perusahaan dan pengungkapannya 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 pertanggungjawaban 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 Signifikasi Penelitian CSR Industri Halal

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 (*Tawhidy 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 mengenai sebab meningkatnya permintaan bagi perusahaan untuk melakukan pengungkapan informasi CSR dan membahas motivasi perusahaan melakukan hal tersebut. Juga beberapa fenomena dan permasalahan yang dianggap relevan untuk diteliti. Juga beberapa latar belakang tersebut dilakukan 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 juga dibahas penelitian terdahulu tentang motivasi perusahaan melakukan dan mengungkapkan informasi CSR. Landasan teori dan penelitian terdahulu selanjutnya digunakan 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 berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari pelaksanaan penelitian dan saran yang nantinya dapat dijadikan acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya, atau sebagai bahan implikasi.

BAB II

LITERATUR AKUNTANSI PERTANGGUNG JAWABAN SOSIAL

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 mengkomunikasikan pengaruh sosial dan lingkungan dari suatu organisasi, tindakan ekonomi untuk kelompok yang mempunyai kepentingan dalam suatu masyarakat dan untuk masyarakat secara luas. Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan tersebut *Sustainability Reporting*. Laporan ini adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*). *Sustainability reporting* meliputi 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 dalam Darmadji, 2002) mengatakan bahwa *corporate sustainability reporting* terbagi menjadi 3 (tiga) kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Selanjutnya ketiga kinerja utama ini akan dibagi kedalam beberapa kategori. Pembagian *Corporate Sustainability Reporting* menurut darwin dapat dilihat pada (*Tabel 2.1*) Tentang *Darwin report*.

Adapun Zhegal & Ahmed (1990) dalam Anggraeni (2006) mengedintifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan yang terdiri dari lima hal yaitu lingkungan, energi, praktik bisnis yang wajar, sumber daya manusia dan produk.

1. Lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konverasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan.
2. Energi, meliputi konvervasi energi, efisiensi energi dan yang terkait.
3. Praktik bisnis yang wajar, meliputi pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas dan tanggung jawab sosial.
4. Sumber daya manusia, meliputi aktivitas didalam suatu komunitas, dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan dan yang terkait.
5. Produk, meliputi keamanan, pengurangan polusi dan yang terkait.

Gray et. Al (1995) mengatakan bahwa sifat dan volume pelaporan mengenai pertanggungjawaban sosial perusahaan bervariasi antar waktu dan antar negara. Hal ini disebabkan *issue-issue* yang dipandang penting oleh satu Negara, dan mungkin akan dianggap kurang penting oleh Negara Lain. Variasi pelaporan tersebut disebabkan oleh budaya atau norma yang berlaku pada masing-masing Negara. Model atau pola CSR yang umum diterapkan 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 menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini, perusahaan biasanya menugaskan salah satu pejabat seniornya seperti *corporate secretary* atau *public affair manager* atau menjadi bagian dari tugas pejabat *public relation*.
2. Melalui yayasan atau organisasi sosial milik perusahaan. Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau grupnya. Model ini merupakan adopsi yang lazim dilakukan di Negara maju. Di sini Perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan untuk operasional yayasan.
3. Bermitra dengan pihak lain, perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga/organisasi non pemerintahan, instansi pemerintah, universitas dan media masa baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.
4. Mendukung atau bergabung dalam konsorsium, perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Pihak konsorsium yang dipercaya oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya akan secara proaktif mencari kerjasama dari berbagai kalangan dan kemudian mengembangkan program yang 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 dapat memberikan informasi mengenai sejauh mana organisasi dan perusahaan memberikan informasi mengenai sejauh mana organisasi dan perusahaan memberikan kontribusi positif maupun negatif terhadap kualitas hidup manusia dan lingkungannya (perusahaan dan lingkungan sosialnya. Freedman (1989) dalam Yuningsih (2001) mengistilahkan akuntansi pertanggungjawaban sosial sebagai akuntansi sosial (*social accounting*). Akuntansi sosial tidak hanya mengungkapkan, mengukur, dan menganalisa pengaruh atau konsekuensi sosial dan ekonomi dari perilaku atau kegiatan Belkaoui, (2000) dalam Komar (2004).

Secara sempit, akuntansi pertanggungjawaban sosial didefinisikan hanya mencakup menilai, mengukur dan melaporkan dampak operasional perusahaan pada masyarakat, tanpa mencakup program-program sosial yang diadakan oleh perusahaan.

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

Menurut Belkoui (1989), akuntansi pertanggungjawaban sosial adalah “proses pengurutan, pengukuran dan pengungkapan pengaruh yang kuat dari pertukaran antara suatu operasional perusahaan, tetapi juga dari perilaku dan kegiatan pemerintahan. Menurut Freedman dalam Anggraini (2006); lingkungan bisnis meliputi : sumberdaya alam, masyarakat sekitar, orang-orang yang dipekerjakan, pelanggan, pesaing, perusahaan dan kelompok-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 berguna untuk mengevaluasi prestasi sosial perusahaan dan mengkomunikasikan informasi tersebut kepada kelompok sosial terkait, baik didalam maupun diluar perusahaan. Lebih jauh, dia menggunakan istilah *social accounting* untuk akuntansi pertanggungjawaban sosial perusahaan dan mendefinisikan sebagai berikut :

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

Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya akuntansi pertanggungjawaban sosial adalah menilai, mengukur dan melaporkan dampak kegiatan perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya, baik untuk keperluan pihak internal maupun eksternal. Secara luas, akuntansi pertanggungjawaban sosial tidak hanya mencakup dampak operasional perusahaan tetapi program-program sosial yang diadakan perusahaan. Menurut Parker (1987), akuntansi pertanggungjawaban sosial memiliki karakteristik utama yaitu :

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

Dengan demikian, seharusnya perusahaan tidak hanya menyadari kalau kegiatan operasionalnya mempunyai dampak terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya, tetapi sejak awal sudah memasukan tujuan sosial di dalam tujuan perusahaan.

2.1.2. Tujuan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial

Pada dasarnya tujuan akuntansi pertanggungjawaban sosial perusahaan adalah menyediakan informasi yang memungkinkan dilakukan evaluasi pengaruh kegiatan perusahaan kepada masyarakat. Pengaruh kegiatan ini bisa negatif, yang berarti menimbulkan biaya sosial pada masyarakat. 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 yaitu :

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 praktek 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 relevan dengan tujuan, kebijakan, program, strategi dan kontribusi suatu 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 seragam bagi pelaporan ekstern dan memungkinkan adanya pemeriksaan yang independen atas laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, akuntansi pertanggungjawaban sosial tidak hanya bertujuan untuk keperluan eksternal tetapi juga untuk keperluan internal. Untuk keperluan eksternal, akuntansi pertanggungjawaban sosial tidak semata-mata untuk menunjukkan bahwa perusahaan telah melakukan kegiatan sosial dan telah ikut berperan serta dalam masalah sosial, tetapi juga untuk menunjukkan bahwa perusahaan telah melakukan kegiatan sosial dan telah ikut berperan dalam masalah sosial, tetapi juga kegiatan sosial dan telah ikut berperan serta dalam masalah sosial, tetapi juga untuk mengevaluasi *sosial performance* perusahaan, karena dengan adanya hal tersebut masyarakat dapat membentuk *image* positif dan negatif terhadap perusahaan. Adapun untuk keperluan internal, yang berarti untuk pihak manajemen adalah untuk sistem pengendalian manajemen, yaitu :

1. Untuk evaluasi; manajemen tentunya memerlukan informasi untuk menilai sejauh mana efektifitas proyek kegiatan eksternal mencapai tujuan sosialnya,
2. Untuk mempertahankan diri dari tuduhan masyarakat tentang kepeduliannya terhadap masalah sosial,
3. Untuk mengakomodasi tujuan sosial dan kemanusiaan.

2.1.3 Pengungkapan Dalam Laporan Keuangan

Pengungkapan (*disclosure*) didefinisikan 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 interpretasi yang lebih luas, pengungkapan terkait dengan informasi baik yang terdapat dalam laporan keuangan maupun komunikasi tambahan (*supplementary communication*) yang terdiri dari catatan kaki, informasi tentang kejadian setelah tanggal laporan, analisis manajemen atas operasi perusahaan di masa datang, perkiraan keuangan operasi, serta informasi lainnya (Wolk dan Tearney dan Widiastuti, 2000).

Alasan utama mengapa suatu pengungkapan diperlukan adalah agar pihak investor dapat melakukan suatu *informed decision* dalam pengambilan keputusan investasi.

Berkaitan dengan keputusan investasi, investor memerlukan tambahan informasi yang tidak hanya informasi tambahan tapi informasi non-keuangan. Kebutuhan itu didorong oleh adanya perubahan manajerial yang menyebabkan terjadinya perluasan kebutuhan investor akan informasi baru yang mampu menginformasikan hal-hal yang bersifat kualitatif yang berkaitan dengan perusahaan. Informasi yang mampu menjelaskan fenomena yang terjadi, bagaimana fenomena tersebut dapat terjadi, dan apa tindakan yang akan diambil oleh manajemen terhadap fenomena

tersebut. Informasi kualitatif ini dapat diungkapkan dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan.

Tujuan pengungkapan menurut *Securities exchange commission* (SEC) dikategorikan menjadi dua : yaitu *prospective disclosure* yang dimaksudkan sebagai upaya perlindungan terhadap investor dan *informative disclosure*, yang bertujuan memberikan informasi yang layak kepada pengguna laporan (Wolk, Francis, dan Tearay dalam Utomo, 2000). Berbeda dengan SEC, Belkoui mengemukakan ada enam tujuan pengungkapan, yaitu :

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

Selain itu tujuan pengungkapan dalam hal ini yang berkaitan dengan akuntansi pertanggungjawaban sosial adalah menyediakan informasi yang memungkinkan dilakukan evaluasi pengaruh perusahaan terhadap masyarakat. Sebaliknya pengungkapan dapat bersifat positif, yang berarti dapat memberikan manfaat sosial bagi masyarakat (Yuningsih, 2001).

2.1.4 Pelaporan Informasi Sosial dan Pemilihan Kebijakan Akuntansi

Dalam penelitian akuntansi dibutuhkan penelitian terhadap hubungan bisnis dan masyarakat dalam rangka untuk mendefinisikan kembali peran dan tugas perusahaan dari ekonomi murni menuju ke institusi ekonomi sosial. Belkaoui, A. (2006) mengatakan tentang perlunya paradigman sosial-ekonomi untuk menganalisis pemilihan praktik akuntansi oleh manajemen. Dengan analisis ini maka akan dapat memantu manajemen melalui respin mereka terhadap masalah-masalah sosial-ekonomi dan hubungannya dengan nilai perusahaan, termasuk bagaimana manajemen akan mengambil keputusan terkait pengungkapan informasi sosial.

Pengungkapan sosial perusahaan yang sering 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 menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perluasan tesebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggungjawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Grey et. Al., 1996).

Pengungkapan dalam laporan keuangan dapat dikelompokan menjadi dua bagian yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*), (Donaldson, T dan Preston, L.1995) dalam Hadi & Sabeni, 2002). Pengungkapan wajib merupakan pengungkapan minimum yang diisyaratkan oleh standar akuntansi keuangan yang berlaku. Adapun pengungkapan sukarela merupakan pilihan bebas manajemen perusahaan untuk memberikan informasi akuntansi dan informasi akuntansi dan informasi lainnya yang dipandang relevan untuk

keputusan oleh para pemakai laporan keuangan tersebut. Menurut mengenai laporan keuangan yang ada di Indonesia, hal semacam itu dimungkinkan.

Pengungkapan sosial perusahaan bersifat sukarela (*voluntary disclosure*), yaitu diungkapkan oleh perusahaan secara sukarela tanpa diharuskan oleh standar akuntansi keuangan yang ada. Standar pelaporan pertanggungjawaban sosial masih belum memiliki format standar yang baku, sehingga jumlah dan cara pengungkapan informasi sosial bergantung kepada kebijakan dari pihak manajemen perusahaan. Hal ini mengakibatkan timbulnya variasi luas pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan masing-masing perusahaan.

Karakteristik perusahaan dapat menjelaskan variasi luas pengungkapan sukarela dalam 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 diprosikan dalam size besaran perusahaan, ukuran dewan komisaris, tingkat profitabilitas dan tingkat *leverages*.

2.2 Pertanggungjawaban Sosial dalam Perseptif Akuntansi Islam

Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 282 adalah perintah Allah kepada manusia untuk menjaga keadilan dan kebenaran di dalam melakukan setiap transaksi perniagaan atau aktivitas bisnis. Dalam perintah ini menekankan pada kepentingan pertanggungjawaban (*accountability*) agar semua pihak yang terlibat dalam perniagaan itu tidak dirugikan, tidak menimbulkan konflik konflik, dan adil. Untuk mewujudkan sasaran ini maka dalam suatu transaksi diperlukan saksi. Hal ini dapat dipahami bahwa manusia diciptakan Allah dimuka bumi memiliki fungsi dan peran ganda, yaitu : fungsi sebagai *khalifah* dan sebagai *abdullah* (wakil dan hamba). Di dalam menjalankan fungsi dan peran ini tentu saja pemberi peran akan meminta pertanggungjawaban seluruh perbuatan dan amalnya dihadapan 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 adalah memiliki cakupan yang luas. Jadi, pertanggungjawaban ini bukan hanya pertanggungjawaban atas uang (finansial) yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan, akan tetapi pertanggungjawaban yang mampu meningkatkan tanggungjawab secara horizontal dan vertikal. Pertanggungjawaban horizontal tertuju pada masyarakat, pemerintah dan kepatuhan pada peraturan. Sementara pertanggungjawaban vertikal akan tertuju pada transendensi aktivitas (finansial, dan sebagainya) kepada Dzat yang memberikan tanggungjawab. Secara rinci, pertanggungjawaban akuntansi dimaksudkan untuk memenuhi informasi dalam rangka pemenuhan kebutuhan. Sehubungan dengan kepentingan-kepentingan tersebut Harahap mengedintifikasi 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.

Kendatipun telah terdapat delapan kepentingan yang harus diperhatikan dalam melakukan pertanggungjawaban atas kondisi dan informasi akuntansi, namun delapan hal tersebut sebatas pada dimensi horizontal. Timbul pertanyaan, dimanakah letak dimensi vertikalnya? Jawabannya adalah ada pada dimensi zakat. Zakat sebagai manifestasi pertanggungjawaban akan kesucian modal kepada Dzat pemberi modal. Dimensi inilah yang merupakan dimensi 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 syaria'ah (Islam) yang memiliki unsur pengertian ekonomian, politik, dan agama memiliki kemungkinan besar untuk menunjukan kunci kearah akuntansi.

Berdasarkan pembahasan ini, maka secara nyata menunjukan bahwa akuntansi syaria'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 syaria'ah. Ketiga nilai tersebut tentu saja telah menjadi prinsip dasar yang universal dalam operasional akuntansi syaria'ah. Apa makna yang terkandung dalam tiga prinsip umum tersebut? Berikut uraian ketiga prinsip yang terdapat dalam Surat Al Baqarah Ayat 282.

2.2.1. 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 Khalik 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).

2.2.2. 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.

2.2.3. 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).

2.3. Landasan Teori Penelitian

2.3.1. Teori Legitimasi

Legitimasi suatu organisasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (Asforth dan Gibs, 1990; Dowling dan Pfeffer, 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).

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. 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 Ghozali 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. Ghozali 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, Ghozali 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.”

2.3.2. 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 karekteristiknya 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 Ghazali, 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 Ghazali, 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 Ghazali 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 Ghazali dan Chariri (2007) yang mengatakan bahwa utama perusahaan adalah untuk dikembangkan lagi oleh Freeman (1983) dalam Ghazali 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 Ghozali 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 Ghozali 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 Ghozali 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*”.

2.3.3. 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 berja lan 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.

2.3.4. 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 berhungan 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 komisar 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.

2.3.5. 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 وَيُزَكِّيْكُمْ 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 secara tegas menyatakan 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, dan mampu menembus batas kemampuan manusia secara normal. Ini artinya 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 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 menghadapi berbagai permasalahan yang sangat kompleks dan sering kali saling terkait antara satu faktor dengan faktor lainnya. Adanya 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 itu kerja semaksimal apapun jika dilakukan sendiri tidak akan mencapai hasil yang maksimal. Maka Al-Quran mengajarkan dan memerintahkan agar manusia bekerjasama dan sama-sama kerja. 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.”

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

ذَٰلِكَ 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 وَالتَّقْوَىٰ

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 لِّنَفْسِهِ وَمِنْهُمْ مُّقْتَصِدٌ وَمِنْهُمْ سَابِقٌ بِالْخَيْرَاتِ إِذْنُ 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: تَرَكْتُ فِيكُمْ أَمْرَيْنِ لَنْ تَضِلُّوا مَا تَمَسَّكْتُمْ بِهِمَا كِتَابُ اللَّهِ وَسُنَّةُ نَبِيِّهِ

Pengungkapan *Social Responsibility* merupakan proses panjang yang dalam pelaksanaannya melibatkan banyak orang. Sehingga dalam prosesnya akan terjadi interaksi. Pembiayaan sebagai penggerak ekonomi memiliki variabel-variabel yang saling memiliki terkait antara satu sama lainnya secara tersistem (*sistem*). Masing-masing variabel tersebut, saling membutuhkan, penuh saling dukung mendukung dan saling mempengaruhi. Tata laku saling membutuhkannya dalam sistem mencerminkan antara variabel tersebut saling berinteraksi dan berpasangan (*pair-ness*) satu sama lainnya. Dengan demikian, pengungkapan Index SR tidak seperti teori mutasi sel oleh Darwin, yang menggambarkan tidak adanya keterikatan antara satu variabel dengan yang lainnya. Masing-masing sel berpisah dan saling menjauhi, yang dapat dilustrasikan 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 أَفْسَحُوا 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.

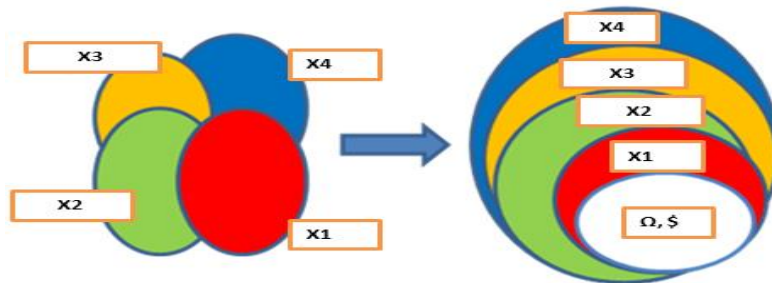
Hadits di atas menunjukkan adanya proses *interaction* yaitu dengan cara saling menebar salam. Ketika proses ini dilakukan maka terbentuklah kecintaan sebagai gambaran saling berintegrasi (*integration*) diantara mereka. Integrasi tersebut merupakan karakter orang beriman, yang melandasi integrasinya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

Dalam 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 nilai-nilai agama yang berasal dari Al-Quran dan sunnah, maka akan memupuk dan mengembangkan inti sel (gambar 2.2).

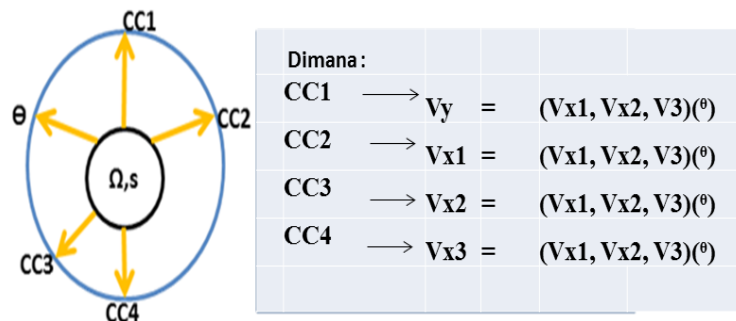


Gambar 2.2 Perkembangan Index SR dalam TSR

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 kemaslahatannya dan dirugikan, baik itu stakeholder, karyawan, lingkungan dan pemerintah. Semuanya saling membutuhkan satu sama lain, bersinergi, bergerak secara dinamis. Mereka semua saling berinteraksi dan mengintegrasikan keterkaitan mereka. Keberhasilan Index SR akan tercapai jika tidak mengabaikan unsur sebab-akibat (*Circular Causation*) CC1, CC2, CC3 dan CC4 sebagaimana diilustrasikan dalam hadits di atas. Bahwa keberhasilan itu akan diperoleh dengan mengikuti sirkular dalam proses interaksi, integrasi dan evolusi. Mereka memiliki prinsip *complimentarity* dan interkoneksi di antara mereka. (Budhijana, 2010).

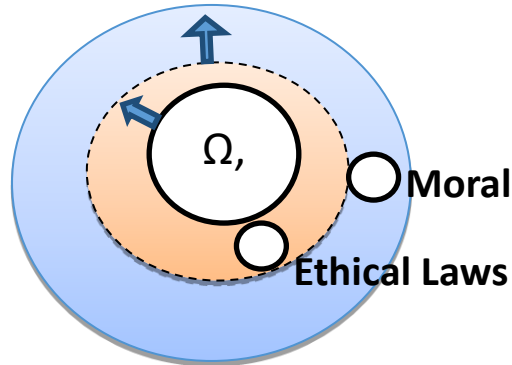


Gambar 2.3 Skema Index SR dan Circular Causation (CC)

Inti Index SR yang didalamnya melibatkan *ilmul yaqin* yang bersumber pada Al-Quran dan sunnah selalu membangun kesadaran⁵ (*consciousness*) secara terus menerus. Dalam Choudhury

(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

(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 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. 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

kepadamu (QS Al Baqarah: 152). Ingatlah Allah di waktu berdiri, di waktu duduk dan di waktu berbaring (QS An Nisaa: 103).

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. Asysyuro [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 Asysyuro 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”.

2.3.6. 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

⁽⁶⁾. Al Quran :

- Ali Imron 138 ‘.....Al Quran adalah penerang bagi seluruh manusia dan petunjuk serta pelajaran bagi orang-orang yang bertaqwa”.

pengetahuan) dan Sunnah Rasulullaah (s)⁷. Landasan ini menjadi dasar pijakan pemikiran yang telah diamanahkan dan dipesankan Rasulullaah 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 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 individu memiliki ketidaksempurnaan dan keterbatasan dalam memahami ilmu pengetahuan. Kondisi ini dilambangkan sebagai $\text{Lim } \{(\theta i)\}$. Dengan melalui sesuatu proses diskusi maupun wacana yang kemudian menghasilkan kesepakatan, ketidaksempurnaan, keterbatasan dan kelangkaan sedikit demi sedikit dapat 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:

-
- 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.

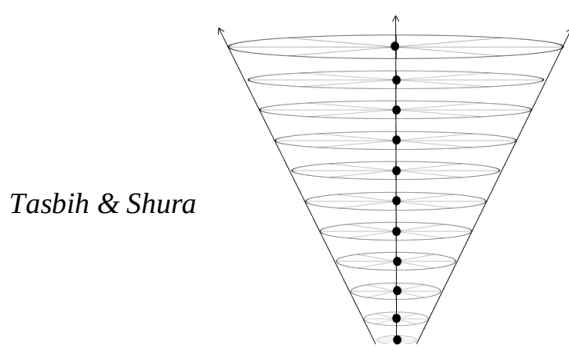
(⁷). **Sunnah Rasul :**

- “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.

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

$[\theta_k; (\theta_k)]$ 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 (*Completeness 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



Tawhid : Qur'an & Sunnah

Gambar 2.5 Tawhidi Relational Epistemologies : Principle of Pervasive Complementarities

2.4. Tinjauan Corporate Social Responsibility (CSR)

2.4.1. Pengertian Corporate Sosial Responsibility

Kerangka pemikiran yang termuat dalam *legitimacy theory* dan *stakeholder theory* mengandung essensi 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 terjaminya *going concern* perusahaan. Di dalamnya, termasuk upaya peka (*respect*) terhadap adopsi sistemik berbagai budaya kedalam strategi bisnis perusahaan termasuk keterampilan karyawan, masyarakat, dan pemerintah.

2.4.2 Definisi Konsep Corporate Social Responsibility (CSR)

Konsep CSR merupakan konsep yang sulit diartikan. Hal inilah yang membuat definisi 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 definisi 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."

Pengertian lain dari konsep CSR yang berkaitan dengan konsep ekonomi dari maksimalisasi nilai pasar, dengan menggunakan pendekatan definisi, *shareholder model* yang dikemukakan oleh Friedman (1970); Henmphil (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 lingkungan bisnis masa sekarang, CSR masih bersifat normative, karena belum ada hokum 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 berbeda-beda 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 hokum 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*.

Selama 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). Oleh karena itu, 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*.

Tanggungjawab *social* (*social responsibility*) yang merupakan keberpihakan terhadap *stakeholder*, meliputi keberpihakan terhadap *managers, employee, stockholders, creditors, traders*, dan *consumers* (Richard N Farmer dan W. Dickerson Hogue, 1973) dalam Inawesnia (2008). Lebih lanjut dinyatakan, bahwa perusahaan tidak hanya memiliki kepentingan terhadap peningkatan laba (*profit*), tetapi juga memperhitungkan kepentingan kebutuhan kelompok masyarakat baik internal maupun eksternal. Karena, terdapat koherensi antara upaya meningkatkan profitabilitas perusahaan terhadap legitimasi perusahaan lewat peningkatan *corporate social responsibility*. *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* yang merupakan lembaga internasional yang berdiri tahun 1955 dan beranggotakan 120 perusahaan multinasional yang berasal dari 30 negara dunia, lewat publikasinya “*Making Good Business Sense*” mendefinisikan *corporate social responsibility*

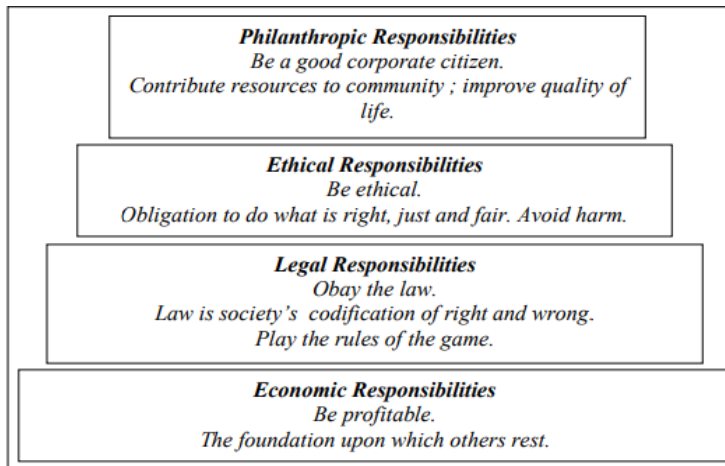
“Continuing commitment by business to behave ethically and contributed to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large”

Definisi tersebut diatas menunjukkan *corporate social responsibility* merupakan baru bentuk tindakan yang beranggotakan pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan beserta keluarganya serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas. Ide tanggungjawab sosial pada dasarnya adalah bagaimana perusahaan memberi perhatian kepada lingkungannya, terhadap dampak yang terjadi akibat kegiatan operasional perusahaan. Lebih lanjut lagi menurut Moir (2001) menyatakan “selain menghasilkan keuntungan, perusahaan harus membantu memecahkan masalah-masalah *social* terkait atau tidak perusahaan ikut menciptakan masalah tersebut bahkan jika disana tidak mungkin ada potensi keuntungan jangka pendek atau jangka panjang.

Salah satu definisi CSR yang terkenal adalah yang diungkapkan oleh Carroll (1991). Carroll (1991) mendefinisikan CSR ke dalam 4 bagian yaitu : tanggungjawab ekonomi (*economic responsibilities*), tanggungjawab hukum (*legal responsibilities*), tanggungjawab etis (*ethical responsibilities*), tanggungjawab filantropis (*philanthropic responsibilities*). Carroll menggambarkan keempat bagian CSR itu kedalam sebuah piramida (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 bertanggungjawab secara etis. Dan yang 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) mendefinisikan 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."

Ini berarti bahwa perusahaan harus dapat berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi beriringan dengan meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarganya serta komunitas local dan masyarakat luas. Ini bisa dilakukan dengan cara mengerti aspirasi dan kebutuhan *stakeholder* dan kemudian berkomunikasi dan berinteraksi dengan para *stakeholder*. Akibat banyaknya definisi CSR yang sangat beragam, lebih lanjut dalam penelitian Dahlsrud (2006) meneliti komponen yang terdapat dalam definisi-definisi CSR yang 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, *social*, lingkungan, pemangku kepentingan, dan volunarisme. Jika 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 tanggungjawab 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 tersebut didukung oleh Gray. Et al., (1995) yang menyatakan 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*, terutam *stakeholder* yang mempunyai *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, missal 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 dengan *Stakeholdernya*. Hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholdernya*. 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. Tata kelola perusahaan
Elemen ini mencakup bagaimana perusahaan harus bertindak sebagai elemen dasar tanggungjawab sosial (*social responsibility*) dan sebagai sarana untuk meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menerapkan perilaku yang bertanggungjawab sosial (*socially responsible behavior*) yang berkaitan dengan elemen dasar lainnya.
2. Hak asasi manusia
Elemen ini mencakup penghormatan terhadap hak asasi manusia. Hak asasi manusia terbagi menjadi dua katagori utama, katagori pertama mengenai hak-hak sipil dan politik (*civil and political rights*) yang mencakup hak untuk hidup dan kebebasan (*right to life and liberty*), kesetaraan di mata hukum (*equality before the law*) dan hak untuk berpendapat (*freedom of expression*). Katagori yang kedua mengenai hak-hak ekonomi, sosial, dan budaya (*economic, social and cultural rights*) yang mencakup hak untuk bekerja (*right to health*), hak atas pendidikan (*right to education*) dan hak atas jaminan sosial (*right to social security*).

3. Ketenagakerjaan (*labour practices*)

Elemen ini mencakup seluruh hal yang terdapat didalam prinsip dasar deklarasi ILO 1994 dan hak-hak tenaga kerja dalam deklarasi hak asasi manusia. Sebagai contohnya yaitu pelaksanaan kondisi kerja yang baik, bermataabat, dan kondusif; pengembangan sumberdaya manusia dan lain-lain.

4. Lingkungan

Elemen ini mencakup pencegahan polusi sebagai dampak aktivits perusahaan, pencegahan global warning, pendayagunaan sumber alam secara efisiensi dan efekti, dan penggunaan system manajemen lingkungan yang efektif dan berkelanjutan.

5. Praktik operasional yang adil (*fair operation practices*)

Elemen ini mencakup pelaksanaan aktivitas secara etik dan pengungkapan aktivitas perusahaan yang transparan. Pelaksanaan aktivitas pemilihan pemasok yang etis dan sehat, penghormatan terhadap hak-hak intelektual dan kepentingan *stakeholder*, serta perlawanan terhadap korupsi.

6. Konsumen (*consumer issues*)

Elemen ini mencakup penyediaan informasi yang akurat dan relevan tentang produk perusahaan kepada pelanggan, penyediaan produk yang aman dan bermanfaat bagi pelanggan.

7. Keterlibatan dan pengembangan masyarakat (*community involvement and development*)

Elemen ini mencakup pengembangan masyarakat, peningkatan kesejahteraan masyarakat, aktivitas sosial kemasyarakatan (*philantrophy*), dan melibatkan masyarakat di dalam aktivitas operasional perusahaan.

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 efesiensi 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 mengurangi 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.

2.4.3. 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).

2.4.4. 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 ethicis*). 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 مِنْ دُونِ اللَّهِ فَإِنْ 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 tujuk 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 مُلْكُ السَّمٰوٰتِ وَٱلْاَرْضِ وَإِلَى ٱللّٰهِ تُرْجَعُ ٱلْأُمُورُ ۝

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 ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا ٱللّٰهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُّؤْمِنِينَ ۚ

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 rama 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 (Othman 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 belakng. 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 mudharatan 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 atau 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 ketidaktauan 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 (*maqasid 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 cerminan aktivitas investasi dan perdagangan.

c. Karakteristik Transaksi Syariah

PSAK 100 tentang kerangka dasar dan pedoman penyusunan laporan keuangan syariah juga mendefinisikan tentang karakteristik dari transaksi syariah. Implementasi transaksi yang sesuai dengan paradigma 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 (*ihthikar*); 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.

2.4.5. 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.

2.4.6. 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.

2.4.7. 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), menunjukan 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*.

2.4.8. 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 tahun 1996 menjadi 3.100 tahun 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).

2.5. 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. 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 sistem 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 roporsi 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 peran-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.

2.5.1. 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 industri.

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.

2.5.2. Pengertian *Good Corporate Governance*

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."

Effendi (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 (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* 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).

2.5.3. 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.

2.5.4. 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 perundang-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 mengkomodasi 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).

2.5.5. 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.

2.5.6. 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%)

2.5.7 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 modern 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".

2.5.8 Prinsip Good Corporate Governance dalam Islam

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

2.5.8.1. 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 keesaan 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).

2.5.8.2. 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.

2.5.8.3. Ekuilibrium (keseimbangan dan keadilan)

Tawazun atau mizan (keseimbangan) dan al-'adalah (keadilan) adalah dua buah konsep tentang ekuilibrium 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 ۝ ٨ وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ ۙ ٩

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 ءَامَنُوا ءَامِنُوا لِلّٰهِ شُهَدَآءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ؕ اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ۝ ٨

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 لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ
إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ ٣٠

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 ٤١

"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.

2.5.8.4. 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 kemaslahatan 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 Iainnya dalam ajaran Islam;
2. pemeliharaan jiwa (*hifhzun-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.

2.5.9. 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.

2.5.9.1. *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).

2.5.9.2. *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).

2.5.9.3. *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 Governance*. 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).

2.5.9.4. *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 اسْتَفْتَمُوا الْمَلَائِكَةَ أَلَا تُخَافُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَبْشِرُوا بِالْجَنَّةِ الَّتِي كُنتُمْ 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:

2.6. 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, anatara 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.

2.6.1. 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 lingkungannya 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 الْمُكَذِّبِينَ 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.

2.6.2. 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 akan 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 hingganya *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 menggosok 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 bervisi 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)”*.

2.7. Audit

2.7.1. 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).

(Restu & Nastia PP; 2013) Audit merupakan suatu proses untuk mengurangi ketidakselarasan 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).

2.7.2. 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.

2.8. Variabel Penelitian

2.8.1. 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 memenuhi 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 in both the financial statements and supplementary communications including footnotes, post-statement events, managements discussion and analysis of operations for the forthcoming year, financial and operating forecasts, and additional financial statements covering segmental disclosure and extensions beyond historical cost.

Secara umum, tujuan pengungkapan adalah menyajikan informasi yang dipandang 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 Januari 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 perusahaan.

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 Ghazali 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 peminjaman. Lembaga pemberi pinjaman sebagai bagian dari kebijakan manajemen risiko mereka sehingga cenderung menghendaki peminjam 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 manage kelompok stakeholder tertentu yang powerful.
8. Untuk menarik dana investasi. Dilingkungan internasional, "*ethical investment funds*" merupakan bagian dari pasar modal yang semakin meningkat peranannya, misalnya the Dow Jones Sustainability 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 tertentu untuk mematuhi aturan tersebut dapat mempengaruhi persyaratan pelaporan.
10. Untuk memenangkan 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 stakeholdernya.

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).

2.8.2. 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 :

2.8.2.1. 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

makan 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.

2.8.2.2. 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/PM12004, 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 umurnya 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.

2.8.2.3. 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.

2.8.2.4. 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.

2.8.3. Halal lifestyle

Halal lifestyle dapat diklasifikasikan kedalam beberapa kategori 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.

2.8.4. Performance of Financial Reporting

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

2.8.4.1. 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.

2.8.4.2. 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. 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 Heckston dan Milne (1996) mendukung hubungan profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) dan Anggraeni (2006) menunjukan 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 Heckston 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.

2.8.4.3. 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 dibutuhkan 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 pengawasn 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 dialporkan 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 perushaann mengurangi tekanan yang mendesak kebijakan manajer dalam aktivitas CSR secara tidak langsung mempengaruhi kesuksesan keuangan perusahaan.

2.8.5. Audit Independen

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 dibentuk oleh Dewan Komisaris untuk mernbantu melaksanakan tugas dan fungsinya. Komite Audit memiliki tugas terpisah dalam membantu Dewan Komisaris untuk memenuhi tanggung jawabnya dalam memberikan 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 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.

2.9. 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 *content 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 penggalan (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 penggalan. 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 informasi 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.

2.10. 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 *Tawhidy String Relation (TSR)* yang dapat diaplikasikan dalam berbagai penelitian di bidang ekonomi dan sosial. 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.

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.

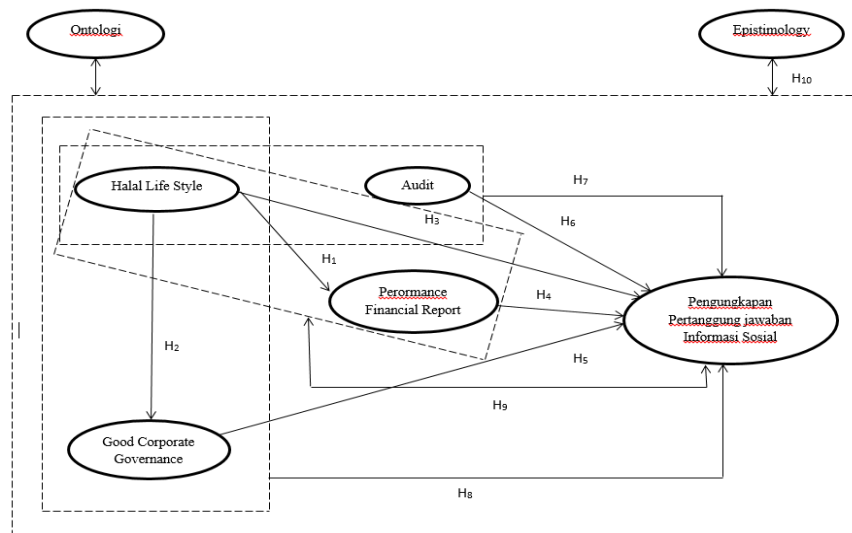
Menurut Baridwan, (2003) dalam Ndarungputri Wulandari, (2005), dan Siswanti & Aldridge, (2005), prinsip-prinsip pokok *corporate governance* yang perlu diperhatikan untuk terselenggaranya praktik *good corporate governance* meliputi : *fairness*, *responsibility*, *accountability*, dan *transparency*. 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* :

$$\begin{matrix} P1 & P2 & P3 \\ \Omega(Q,S) \rightarrow \{\theta\}^* \rightarrow X(\theta) \rightarrow W(\theta, X(\theta)) \rightarrow \theta_N \rightarrow \Omega \end{matrix}$$

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

Social Wellbeing Function :

$$\begin{aligned} X1[(\theta)] &= f[(ISR, X2, X3, X4) [\Theta]] \\ X2[(\theta)] &= f[(X1, ISR, X3, X4) [\Theta]] \\ X3[(\theta)] &= f[(X1, X2, ISR, X4) [\Theta]] \\ X4[(\theta)] &= f[(X1, X2, X3, ISR) [\Theta]] \end{aligned}$$

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 proses*. 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 أَصَابَتْهُمْ مُصِيبَةٌ قَالُوا إِنَّا لِلَّهِ وَإِنَّا إِلَيْهِ رَاجِعُونَ ١٥٦

..”bahwa akhirnya semua urusan kembali kepada Allah. (QS : Al-Baqarah : 156).

2.11. 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 :

2.11.1. 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 Lifesytyle*, 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 & Fitrisia 2017)

2.11.2. Perumusan Hipotesis Halal Lifestyle (HLS) berpengaruh positif terhadap Good Corporate Government (GCG)

Selama ini kebanyakan argumentasi dalam mengelominasi 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 Lifesytyle* 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)

2.11.3. 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)

2.11.4. 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 CSD 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).

2.11.5. Perumusan Hipotesis Good Corporate Government (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 dilaporkan 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 menyetarakan 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 dilaporkan 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).

2.11.6. 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)

2.11.7. Perumusan Hipotesis Halal Lifesyle, 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 Lifesyle, Audit* berpengaruh positif terhadap pengungkapan informasi CSR - (Lemus ; 2016, Digabriele; 2014)

2.11.8. Perumusan Hipotesis *Halal Lifestyles*, *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 Lifestyles*, *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

2.11.9. Perumusan Hipotesis *Halal Lifestyles*, *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 Lifestyles*, *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 fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham terbuka. Hal ini semakin tinggi tingkat PER perusahaan maka semakin besar pengungkapan pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan.

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

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

Karena penelitian ini merupakan penelitian dengan perspektif Islam atau *Tawhidi Epistemology Approach*, maka dalam model tersebut tidak dibedakan antara variabel 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, integrasi dan evolusi dari variabel-variabel yang diteliti, dimana *IIE* merupakan suatu proses yang didapat dari kombinasi-kombinasi yang spesifik dari ilmu pengetahuan dari model yang disajikan dengan menyatukan kondisi yang realistis.

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 Governance* dan Audit secara Halal, maka perusahaan industri halal akan baik.

Kedua, bila *Performance of Financial Reporting*, *Good Corporate Governance* 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, *baladun toyyibatun wa robbun ghofur*.

BAB III

METODOLOGI DALAM DESAIN 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 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 Lifesytyle* merupakan variabel mediating.

Tingkat intervensi dalam penelitian ini sangat minim. Penelitian dilakukan dengan cara *non contrived 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 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 industri Halal yang beroperasi sejak tahun 2012-2016.
2. Perusahaan yang sudah IPO (terdaftar di BEI/IPO)
3. Perusahaan industri 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 izin 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	1. Pilosofi yang mendasari dan tata nilai, 2. Instrumen bebas bunga, gharar, maysis, dan dhulm, 3. Pengembangan sosial dan kemasyarakatan, 4. Lingkungan Kerja dan alam, 5. Managemen Profile & SDMS 6. Dimensi Pegawai & Peminjam, 7. Dimensi “wellbieng”/falah dan kesejarhteraan	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

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:

SIZE = Total aktiva

SIZE = $\sum$ total aktiva perusahaan

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:

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Ekuitas}}$$

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:

$$DER = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Equity pemegang saham}}$$

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 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 Larcker, 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.

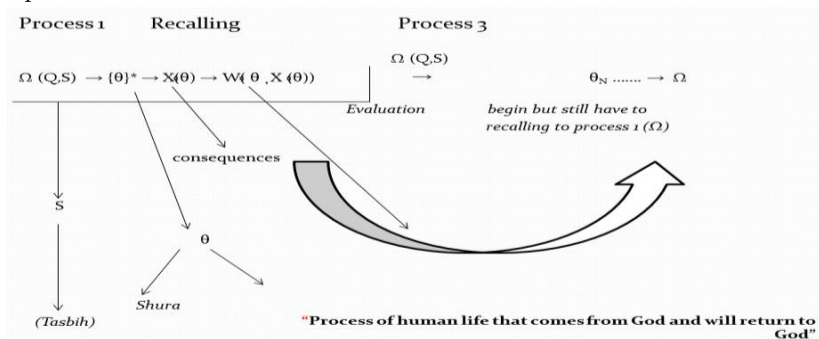
3.6.3.3.4.9 Parsimonious Goodness-of-Fit Index (PGFI)

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 Circular Causation Concept*.



Gambar 3.1 : Tawhidi String Relation, Circular Causation Concept and its Application to Economic Field

Sumber : Mariyanti (2011; 116)

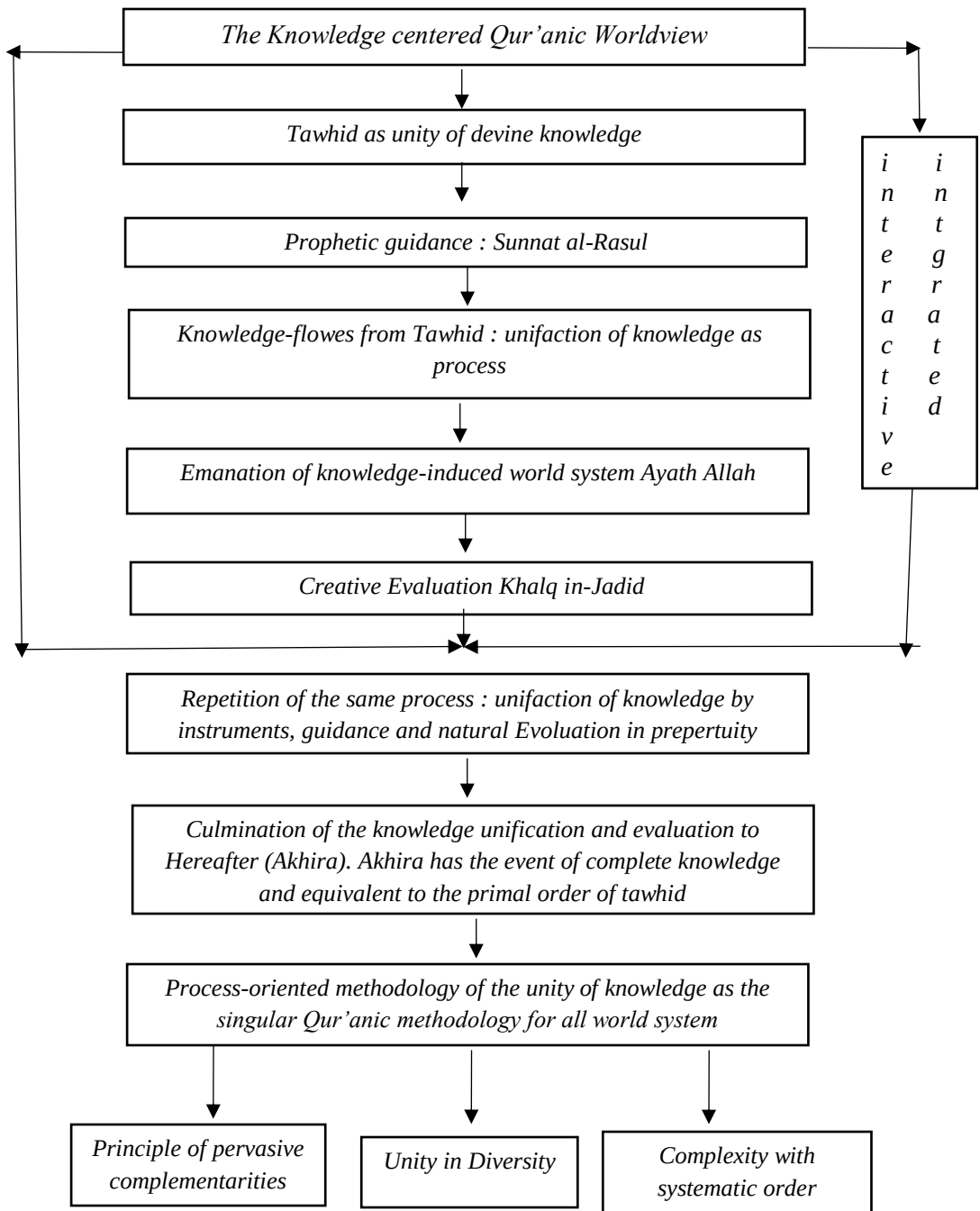
Keterangan :

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 $X(0)$.

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 governance*, audit dan *halal lifestyle* (θ) dengan fungsi tersebut apakah variabel dimasukan 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 (Omega). 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.

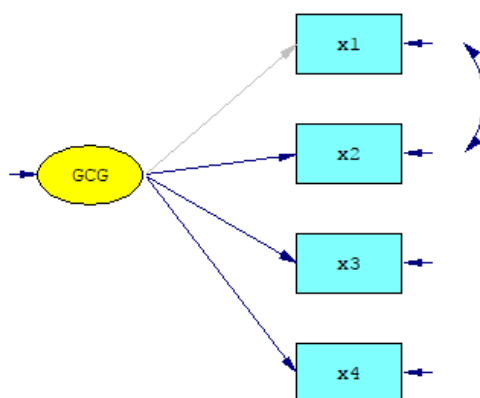
4.2.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Teramati

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.

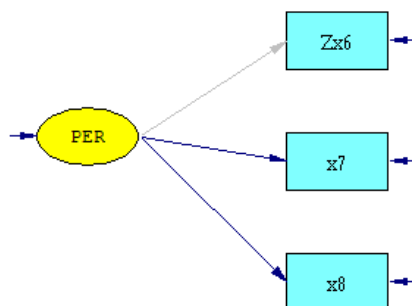
Tabel 4.3 – Uji Validitas Variabel Laten GCG

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 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.

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

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(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
	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
	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 thitung 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 thitung 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 thitung 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 thitung 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 validitaskarena 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 menunjukan *Performance of Financial Reporting* berpengaruh terhadap kualitas kerja tim/manajemen di perusahaan industri *Halal Lifesyle*.

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	Semakin kecil nilai X^2 semakin baik – mendekati baik	0,005	Not Acceptable Fit
RMSEA	<1	0,086	Acceptable Fit
ECVI	< 2,64	0,56	Acceptable Fit
GFI	0,80 atau mendekati 1	0,95	Acceptable Fit
CFI	>0,90	0,92	Acceptable Fit
AGFI	>0,70 atau mendekati 1	0,88	Acceptable Fit
IFI	IFI>0,90	0,93	Acceptable Fit

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..

Sedangkan nilai RMSEA, yaitu sebesar 0,086 yang menunjukkan kecocokan model baik, model dikatakan baik (good fit) jika nilai RMSEA < 0,08.

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).

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 $\geq 0,90$.

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.

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 ditunjukan 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.

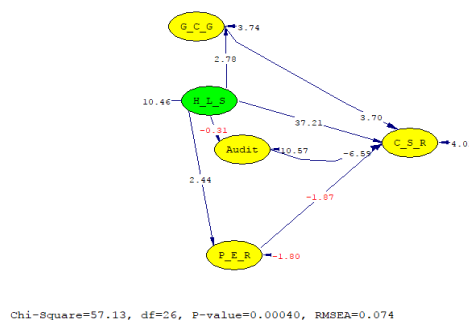
Setelah dilakukan uji kecocokan keseluruhan model, maka tahap selanjutnya adalah menguji hipotesis penelitian pada model strukturalnya. Pengujian model dilakukan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara variabel HLS, Audit, GCG, PER dan CSR. Dengan pengujian ini akan diketahui apakah hipotesis model penelitian diterima atau ditolak.

Keseluruhan variabel pada penelitian ini diukur dengan menggunakan 9 indikator/variabel teramati yang telah 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. Namun pada model struktural ini, setiap variabel teramati hanya diwakili oleh satu pernyataan saja. Hal ini dilakukan dengan cara memilih pernyataan yang memiliki nilai *loading factors* paling besar, seperti halnya yang telah dijelaskan sebelumnya.

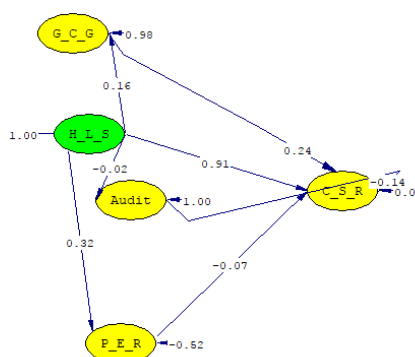
Hasil uji hipotesis terlihat dari printed output hasil proses syntax dalam rumus persamaan olahan peneliti dan juga terdapat pada path diagram. Hubungan yang signifikan akan ditandai dengan t-value yang berwarna hitam pada path diagram dengan nilai $\geq 1,96$. Sedangkan hubungan yang tidak signifikan 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



Gambar 7d – Standardized 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 $t\text{-value} \geq 1,96$ sehingga menunjukkan bahwa hubungan antara GCG dengan CSR signifikan.

Selanjutnya variabel eksogen PER terhadap CSR menunjukkan $t\text{-value}$ sebesar -1,87. Hal ini juga menunjukkan bahwa hubungan ini belum memenuhi kriteria karena nilai mutlak $t\text{-value} < 1,96$ dengan berwarna merah. Sehingga dapat diartikan tidak terdapat pengaruh PER terhadap CSR. Demikian pula dengan Hubungan antara HLS dengan Audit memiliki nilai $t\text{-value}$ dengan angka berwarna merah, yang berarti nilai mutlak $t\text{-value} < 1,96$ sehingga menunjukkan bahwa hubungan antara HLS dengan Audit tidak signifikan.

Hasil uji kecocokan model struktural pada penelitian ini menunjukkan hasil yang positif. Ini memberikan arti bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini memiliki keterkaitan. Yakni 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 hubungan kedua variabel ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dengan besar $t\text{-value}$ $2,44 > 1,96$. Nilai koefisien hubungan HLS dan PER positif menunjukkan 0,32 signifikan uji (dalam lintasan antara HLS dan PER. Hasil pengujian ini 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).

Pengujian Hipotesis 1 :

Ho1 : Halal Lifestyle (HLS) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Performance of Financial Reporting (PER).

Ha1 : Halal Lifestyle (HLS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Performance of Financial Reporting (PER).

Pada pengujian hipotesis 1, Ho1 ditolak dan diterima Ha1, 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 berbasis bunga tidak lebih dari 45% dari total asset.

Dalam Al-Qur'an Allah SWT berfirman dalam Surah 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 menyeleksi 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 & Fitrisia 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 menunjukkan 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 signifikan dan kuat 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 mensetarakan 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 $t\text{-value } 2,78 > 1,96$. Nilai koefisien hubungan HLS dan GCG positif menunjukkan 0,16 signifikan

4.4.3 Pengaruh Halal Lifestyle (HLS) terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (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 $t\text{-value } 37,21 > 1,96$. 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 :

Ho3 : *Halal Lifestyle* (HLS) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Pengungkapan Informasi Sosial* (CSR).

Ha3 : *Halal Lifestyle* (HLS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Pengungkapan Informasi Sosial* (CSR)

Pada pengujian hipotesis 3, Ho3 ditolak dan diterima Ha3, 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 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 terlisting 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 mengikuti undang-undang, pedoman, dan peraturan kurang lebih telah memberi standar atas pelaksanaan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan. Namun, praktik *Corporate Social Responsibility* di Indonesia masih bersifat sukarela, hanya perusahaan yang berkaitan 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 seharusnya dipisahkan Pengungkapan dan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* diwajibkan kepada perusahaan yang berkaitan langsung dengan sumberdaya alam, masyarakat dan belum menyajikan 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 / diminta 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 menggantikannya. (QS. Saba/34 : 39).*

Sabda Nabi Sallahualhaihiwasaalam “*Tidaklah para hamba berada di pagi hari, melainkan dipagi itu terdapat dua malaikat yang turun. Salah satunya berdoa, Ya Allah, berikanlah ganti kepada orang yang berinfq., 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 menunjukkan 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 :

Ho1 : *Performance of Financial Reporting* (PER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR).

Ha1 : *Performance of Financial Reporting* (PER) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR)

Pada pengujian hipotesis 4, Ho4 diterima dan ditolak Ha4, terbukti bahwa *Performance of Financial Reporting* (PER) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR) pada kinerja laporan keuangan di industri halal.

Perusahaan diharapkan akan memperoleh legitimasi sosial, dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang dengan menerapkan CSR (Kiroyan 2006). Hal ini tidak berpengaruh/menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR mengharapkan adanya respon positif dari para pelaku pasar atas CSD 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 teknis, 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.

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 berkaitan langsung dengan sumber daya alam dan masyarakat, maka perusahaan tersebut belum sepenuhnya wajib untuk melaksanakan *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 menimbulkan 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 mengimlakan (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 :

Ho5 : *Good Corporate Government* (GCG) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR).

Ha5 : *Good Corporate Government* (GCG) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR)

Pada pengujian hipotesis 5, Ho1 ditolak dan diterima Ha1, terbukti bahwa *Good Corporate Government* (GCG) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR) pada tata kelola perusahaan yang baik di industri halal.

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.

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 hubungan 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 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). Dan Komisaris menunjuk auditor independen dari beberapa pilihan yang diajukan oleh komite audit untuk melaksanakan pemeriksaan laporan keuangan secara umum.

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 audit yang semakin besar dilaksanakan pengawasan yang dilakukan akan semakin baik dan dapat 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 $t\text{-value } 2.04 > 1,96$. 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 :

Ho7 : *Halal Lifestyle* (HLS), Audit Independen tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR).

Ha7 : *Halal Lifestyle* (HLS), Audit Independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR)

Pada pengujian hipotesis 7, Ho7 ditolak dan diterima Ha7, terbukti bahwa *Halal Lifestyle* (HLS), Audit Independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (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 (*Continous Audit*) dan pemantauan berkelanjutan (*Continous 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 Sosial (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 menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dengan besar $t\text{-value } 10.28 > 1,96$. 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 menunjukkan adanya hubungan yang signifikan. Pengaruh *Halal Lifestyle* (HLS), *Good Corporate Government* (GCG) terhadap CSR.

Pengujian Hipotesis 8 :

Ho8 : *Halal Lifestyle* (HLS), *Good Corporate Government* (GCG) tidak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR).

Ha8 : *Halal Lifestyle* (HLS), *Good Corporate Government* (GCG) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR)

Pada pengujian hipotesis 8, Ho8 ditolak dan diterima Ha8, 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 transparansi berhubungan dengan kualitas informasi yang disajikan oleh perusahaan adalah kepercayaan investor akan sangat tergantung dengan kualitas informasi yang disampaikan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk menyediakan informasi yang jelas, akurat, tepat waktu. Dengan kata 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 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 menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dengan besar $t\text{-value } 10.28 > 1,96$. 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 menunjukkan 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 menunjukkan adanya hubungan yang signifikan. *Halal Lifestyle (HLS)*, *Performance of Financial Reporting (PER)* dan CSR.

Pengujian Hipotesis 9 :

Ho9 : *Halal Lifestyle (HLS)*, *Performance of Financial Reporting (PER)* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR).

Ha9 : *Halal Lifestyle (HLS)*, *Performance of Financial Reporting (PER)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (CSR)

Pada pengujian hipotesis 9, Ho9 ditolak dan diterima Ha9, terbukti bahwa *Halal Lifestyle (HLS)*, *Performance of Financial Reporting (PER)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Informasi Sosial (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 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

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 sebijir dzahraa di akhirat kelak.

Hadits HR Bukhori dan Muslim No 2751 : Rasulullah bersabda : *Setiap kalian adalah pemimpin, dan setiap pemimpin akan dimintai pertanggungjawaban atasnya.*

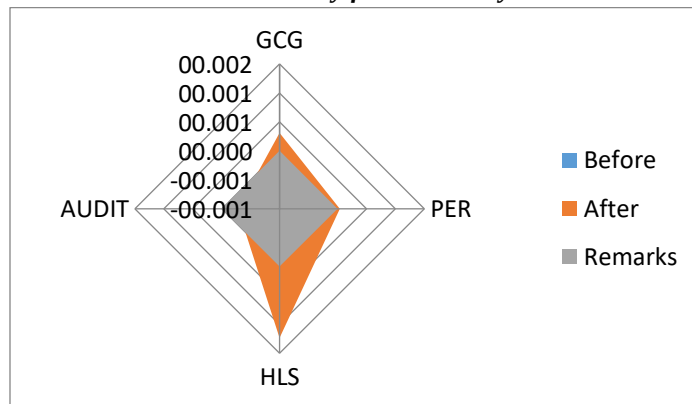
Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dengan besar t-value $4.56 > 1,96$. Nilai koefisien hubungan *Halal Lifestyle (HLS)*, *Performance of Financial Reporting (PER)* dan CSR positif menunjukkan 0,02 signifikan.

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

Knowledge Induced Basis Analysis			
	<i>Before</i>	<i>After</i>	<i>Remarks</i>
GCG	0,1296	0,3081	Learning Process
PER	-0,0071	0,0401	Learning Process
HLS	0,903514	1,234991	Learning Process
AUDIT	-0,508658	-0,278564	Learning Process

Sumber : data diolah

Interprestasi TSR :

4.4.10.1 Dampak Complementary dalam Circular Causation 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 Causation 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 (*increasing*) (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 berhubungan dengan kualitas informasi yang disajikan oleh perusahaan adalah kepercayaan investor akan sangat tergantung dengan kualitas informasi yang disampaikan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk menyediakan informasi yang jelas, akurat, tepat waktu. Dengan kata 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 sosial dalam laporan keuangan di industri halal .

4.4.10.2 Dampak Complementary dalam Circulair Causition pada Performance of Financial Reporting (PER) dalam menyajikan Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal

Hasil hipotesis menunjukan dampak *complementary* dalam *Circulair 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 menunjukan bahwa *Performance of Financial Reporting (PER)* mempunyai pengaruh yang kuat dan arah pengaruh yang positif sebagaimana ditunjukan oleh nilai PER (+): $\theta \{0,0401\} - \{-0,0071\} = 0,047$. Hal ini berarti *Performance of Financial Reporting (PER)* yang sehat mempunyai kecendrungan 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 Circulair Causition pada Halal Lifestyle (HLS) dalam membentuk Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal

Hasil hipotesis menunjukan dampak *complementary* dalam *Circulair Causition* 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 menunjukan bahwa *Halal Lifestyle (HLS)* mempunyai pengaruh yang kuat dan arah pengaruh yang positif sebagaimana ditunjukan 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 kriteria 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 terhadap 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 Causation* 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 : $\theta \{1,235\} - \{0,905\} = 0,331 (+)$

AUDIT : $\theta \{-0,279\} - \{-0,509\} = 0,230 (+)$

$\Theta = (+) (+) > (-)$, 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 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan Pertanggungjawaban Informasi Sosial dalam laporan keuangan tahunan di industri halal.

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI PENELITIAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN CSR DI INDUSTRI HALAL

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 *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. Secara partial HLS berpengaruh signifikan terhadap PER.

2. Hasil analisis *Halal Life Style* (HLS) berpengaruh positif terhadap *Good Corporate Governance* (GCG). *Good Corporate Governence* dijalankan dengan baik / halal *lifestyle* maka kemakmuran sebagai wujud keadilan social, sehingga kekayaan, penguasaan sumberdaya ekonomi dan pemanfaatanya 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 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*, 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 memperoleh legitimasi sosial, dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang dengan menerapkan CSR (Kiroyan 2006). Hal ini tidak menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR mengharapkan adanya respon positif dari para pelaku pasar atas CSD 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. *Temuan ini* secara partial PER tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR.
 5. Hasil analisis *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (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 diperusahaan 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.
- 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.

Temuan ini secara parsial GCG berpengaruh signifikan terhadap CSR.

6. Hasil analisis Audit Independen berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). 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). Dan Komisaris menunjuk auditor independen dari beberapa pilihan

yang diajukan oleh komite audit untuk melaksanakan pemeriksaan laporan keuangan secara umum.

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. Temuan ini secara parsial Audit berpengaruh signifikan terhadap CSR.

7. Hasil analisis *Halal Life Style* (HLS) dan Audit Independen berpengaruh terhadap *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 (*Continous Audit*) dan pemantauan berkelanjutan (*Continous 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 karena itu perusahaan dituntut untuk menyediakan informasi yang jelas, akurat, tepat waktu. Dengan kata 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 terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

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. 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 : Rosulullah bersabda : *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 menunjukan bahwa *Good Corporate Government (GCG)*, *Performance of Financial Reporting (PER)*, *Halal Lifestyle (HLS)*, dan Audit Independen secara simultan berpengaruh terhadap 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 melauai 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 ketenagan hidup dan kehidupan lahir dan bathin, pribadi, keluarga, dan masyarakat yang mencita-citakan hidup selamat bahagia dunia dan akhirat, *baldatun taoyyibatun wa rabbun ghofur*.

5.2 Implikasi Penelitian

5.2.1 Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab IV dapat ditarik beberapa poin sebagai implikasi teoritikal diantaranya adalah:

1. Penerapan *Halal Lifestyle* terhadap *good corporate governance* terjalan 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 ideks *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.

5.2.2 Implikasi Manajerial

Halal Lifestyle adalah merupakan kebaikan sehingga sejumlah negara dan negara-negara di Asia seperti Jepang, Korea 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. Perusaahaan 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 mempengaruhi 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 mendrong 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 sector 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 kuisioner atau melalui data primer.

5.3 Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya

Saran untuk penelitian selanjutnya dengan menyempurnakan kekurangan atau keterbatasan 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 finction*, 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 (*Interctive Integrate Evaluation*), sehingga tampak dampak *Complentary 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 Edisi Ilmiah*, 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: Fanchu 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.169, 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*. Edisifuli-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 Tangung 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., R. Konhy, dan S. Lavers. (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.
- Lord Holme and Richard Watts (2000), “*Corporate Social responsibility: Making Good Business Sense*”, The World Business Council for Sustainable Development, January 2010
- 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
- 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 Syaria'ah bagi Bankir dan Praktisi Keuangan, cet. I, (Jakarta: Tazkia Institute, 1999), hal. 77-78.
- 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*.
- 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*. Vo1. 12 No.2
- Patten, D.M. (1991), "Exposure, Legitimacy, and Social Disclosure", *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol. 10
- 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*. Vo1.5, No.2, hal. 212-226.
- 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*
- 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.
- 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 Altitudes 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
- 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, Adiwarman; (2017) "Halal Lifestyle" *Republika.co.id*
<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/so13/papers.cfm> diakses pada tanggal 5 Mei 2011.
- Branco, Manuel Casrelodan Lucia 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 corporate governance and corporate sustainability.,
www.emeraldinsight.com
- Kwesi, Kwasi Dartey (2006), "Corporate Social Responsibility in Ghana" *International journal of Business and science* Vol.2 No.17. www.ijbssnet.com
- 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 Global 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.

buku ini bertujuan 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 Lifestyle, Performance Reporting, Good Corporate Governance 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 Society Responsibility

DR. BUDIANDRU., AK., CA., CPA.,

ISBN 978-623-98060-0-2



Budiandru dan Rekan

Kantor Akuntan Publik

Register Public Accountant

Management & Tax Consultant