

**Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap
Reputasi Perusahaan dan Kinerja Keuangan Perusahaan**

EKE AYU WARDANI

Universitas Islam Indonesia

ABSTRACT

This study examines the effect of Islamic Corporate Social Responsibility Disclosures on Corporate Reputation as well as Firms' Financial Performance proxies on Return On Assets and Return On Equity. These relationships are examined based on content analysis of annual reports of 11 Sharia banks in Indonesia for 2011, 2012, and 2013. Results of this study provide evidence that ICSR activities communicated in corporate annual reports are significantly positively related with Corporate reputation as well as Return on Equity, otherwise Islamic Corporate Social Responsibility give insignificantly negatively related with Return On Asset.

Kata kunci: *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosures (ICSRD), Reputasi Perusahaan, Kinerja Keuangan Perusahaan, Return On Assets (ROA), Return On Equity (ROE).*

I. PENDAHULUAN

Islamic Corporate Social Responsibility menjadi tema yang hangat dibicarakan tidak hanya di negara-negara dengan mayoritas muslim, tetapi telah menjadi objek penelitian di berbagai negara termasuk negara yang notabene penduduknya adalah menganut kepercayaan lain dan tidak menjalankan hukum Syariah sebagai dasar etika dalam bisnis. Di Indonesia Undang-undang tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Tertuang dalam UU PT No. 40 tahun 2007 pasal 74 ayat 1 dan UU no. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang ada

pada pasal 15 (b).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Guthrie dan Mathews, 1985).

(Longenecker et al., 2004) telah melakukan penelitian *link* antara religiusitas dan *CSR*, dan menunjukkan bahwa religiusitas mempengaruhi preferensi individu, sikap manajerial dan pengambilan keputusan. Angelidis dan Ibrahim (2004) meneliti bahwa kelompok yang sangat religius memiliki kekhawatiran besar mengenai nilai etika dalam *CSR* dan kurang berorientasi terhadap nilai ekonomi.

Islam memberikan konsep hidup yang lengkap, mengarahkan setiap fase kehidupan manusia, termasuk spiritualitas, bisnis, dan keadilan dalam kehidupan sosial (Rice, 1999). Syariah adalah sistem etika dan nilai-nilai yang mencakup semua aspek kehidupan manusia: personal, sosial, politik, ekonomi dan intelektual serta mekanisme yang penting untuk menyesuaikan diri dengan perubahan (Sardar,

2003). Maka merupakan hal yang wajar jika penerapan hukum Syariah menjadi dasar pendirian berbagai perusahaan khususnya Bank Syariah.

Keberadaan Bank Syariah didasarkan pada beberapa aspek prinsip untuk memenuhi kebutuhan masyarakat muslim. Aspek prinsipnya adalah untuk menghindari bunga dengan asumsi bahwa bank-bank konvensional termasuk kategori haram karena riba dilarang oleh agama (Syafii, 2001). Alternatifnya, seperti yang dikatakan Aggarwal dan Yousef (dikutip oleh Hanifa dan Hudaib, 2007), berbagai jenis produk yang dikembangkan oleh bank syariah menganut dua prinsip, yaitu *profit-loss sharing* dan *mark-up principle*. Produk-produk yang ada di perusahaan berbasis syariah harus berlandaskan pada prinsip sebelumnya termasuk *mudharabah* (modal ventura) dan *musharakah* (perjanjian kerja sama), sedangkan prinsip selanjutnya termasuk *murabahah* (penjualan dengan menyatakan keuntungan), *ijarah* (sewa), dan penggadaian (*Rahn*). Untuk tetap kompetitif dengan para pesaingnya, bank syariah sering kali berinisiatif dalam menawarkan produk mereka yang tidak mencederai syariah tetapi sampai batas tertentu, mereka masih dianggap produk yang Islami. Dengan kompetisi yang sengit, pasar yang lebih maju dan permintaan dari *stakeholders* untuk lebih transparans, salah satu cara yang bisa dilakukan perusahaan berbasis syariah untuk menangani masalah-masalah tersebut ialah dengan mengkomunikasikan secara detail mengenai aktivitas investasi dan produk-produk barunya apakah sudah disetujui

oleh Dewan Pengawas Syariah dan juga keterangan dasar syariah yang digunakan. Cara pandang pemangku kepentingan yang mengedepankan ridha Ilahi telah menjadikan Al-Qur'an dan As-Sunnah (perbuatan dan perkataan Nabi Muhammad S.A.W.) sebagai pedoman dalam pelaksanaan CSR. Dimana pernyataan ini ditemukan didalam Al-Qur'an, "Dan carilah apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan kebahagiaanmu dari (kenikmatan) duniawi, dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan jangan kamu berbuat kerusakan apapun di muka bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan" (QS. Al-Qashash: 77). Bentuk-bentuk perusakan terhadap lingkungan adalah hal yang bertentangan dengan hukum Islami maka sebuah perusahaan tidak boleh melanggar ketentuan yang telah ditetapkan tersebut. Menurut Muwazir et al. (2006) perusahaan dianggap memiliki tanggung jawab terhadap orang lain, termasuk masyarakat dan lingkungan, karena mereka adalah entitas yang memiliki hubungan dengan Tuhan, masyarakat dan pemangku kepentingan. Oleh karena itu, perusahaan diwajibkan untuk memenuhi aturan dan peraturan Islam untuk kegiatan mereka agar diberkati oleh Allah.

Sedangkan ada pendapat lain bahwa CSR merupakan upaya untuk meningkatkan citra korporasi dengan menghadirkannya sebagai tindakan manusiawi, penuh kebajikan, dan bertanggung jawab secara sosial, tetapi juga

dapat dirasakan sebagai masker untuk mengejar keuntungan dan kekuasaan tanpa hambatan (The Economist, 2005). Selain itu, penerapan *Corporate Social Responsibility* dipercaya dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, dimana investor cenderung menanamkan modal pada perusahaan yang melakukan aktivitas *CSR*. Karena bagi investor, perusahaan yang melakukan aktivitas *CSR* berpotensi dalam menghasilkan laba yang lebih besar dibandingkan yang tidak, sehingga kedepannya perusahaan akan mampu meningkatkan kinerja keuangannya (Rosiliana, Yuniarta, dan Darmawan, 2014). Teori tersebut terasa kurang menekankan nilai sosial dan lebih menekankan pada nilai materialistik, meskipun setiap manusia memiliki hak dalam menentukan pilihan dan tujuan bisnisnya. Mereka juga meramalkan bahwa dengan berkomunikasi secara efektif tentang sosial, kontribusi lingkungan dan ekonomi, mereka dapat memperkuat merek, meningkatkan reputasi perusahaan dengan pelanggan dan pemasok, serta menarik dan mempertahankan tenaga kerja yang berkomitmen dan terampil. Memang literatur yang ada menegaskan bahwa komitmen untuk *CSR* pada saatnya akan mengakibatkan kinerja yang lebih baik dalam hal profitabilitas, daya saing dan manajemen risiko (Brinkman, 2003). Islam mengakui bahwa pemilik perusahaan atau penyandang dana memiliki hak untuk mendapatkan keuntungan, tetapi tidak dengan mengorbankan klaim berbagai pemangku kepentingan lainnya (Freeman, 1984) dalam (Khurshid, Aali Soliman dan Amin, 2013). Berbeda

dengan teori-teori barat, pandangan Islam tentang *CSR* mengambil pendekatan yang agak holistik. Menawarkan pemandangan spiritual integralistik berdasarkan ajaran Qur'an dan Sunnah, serta menyediakan kerangka filosofis alternatif yang lebih baik untuk interaksi manusia dengan alam dan sesamanya (Ahmad, 2002).

Saat ini investor semakin sadar akan etika investasi yang bertanggung jawab secara sosial, bahkan minat pada investasi berbasis Syariah dalam perbankan juga meningkat. Diantara tujuan yang paling penting dari keuangan Islam pada umumnya, dan khususnya bank syariah adalah pembentukan keadilan dan penghapusan eksploitasi dalam transaksi bisnis. Dimana hal tersebut dapat dilihat dari adanya larangan semua sumber ilegal dan larangan berurusan dengan transaksi yang mengandung risiko yang berlebihan. Prinsip-prinsip dan tujuan moral memainkan peran yang lebih penting dalam operasinya, ini merupakan misi dan tujuan bank syariah dibandingkan bank dengan basis non-islam. Bank syariah memiliki *Islamic Religious Board*, untuk memastikan bahwa praktik bank sejalan dengan hukum syariah, dan divisi solidaritas sosial yang kuat (Elmelki dan Ben, 2009).

Bagi penulis, pemangku kepentingan yang berorientasi terhadap agama memiliki konsep dasar Islam tentang halal dan haram suatu muamalah serta telah memberikan peraturan mutlak yang ditaati oleh bank Syariah dengan kesadaran penuh dalam segala aktifitas perusahaan termasuk segala hal yang bersangkutan

dengan seluk-beluk *ICSR*. Misalnya saja perusahaan tidak akan menggabungkan aktifitas yang haram dengan pelaksanaan *ICSR* seperti memberikan bantuan terhadap pengembangan peternakan hewan babi, memfasilitasi petani anggur untuk memproduksi *wine*, memberikan bantuan kepada rumah produksi minuman beralkohol, dan atau mendukung klonasi yang sangat jelas merupakan perihal haram di dalam hukum Islam, dimana aktifitas *CSR* semacam itu tidak akan terjadi didalam perusahaan berbasis Syariah yang juga memiliki Dewan Pengawas Syariah. Selain merupakan bentuk ketaatan kepada Allah Ta'ala, hal tersebut juga sebagai bentuk menjaga kepercayaan konsumen muslim yang telah menggunakan produk dan layanan perusahaan. Sebagai contoh bank yang menjalankan aktifitas *CSR* dan bisa dikatakan memiliki orientasi yang berbeda dengan hukum *ICSR* adalah *The Bank of East Asia* di China dan *OTP Bank* di Romania yang memberikan bantuan berupa pengembangan peternakan babi, atau sebagai contoh lain adalah pengembangan industri *wine* oleh *TWE Global*. Hal tersebut tentunya bukanlah suatu bentuk kesalahan bank-bank tersebut, melainkan perbedaan hukum disetiap agama dan perbedaan tujuan bisnis.

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini menguji pengaruh *ICSRD* terhadap reputasi perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan dengan menggunakan pengukuran *ICSR* yaitu *Islamic Social Reporting Index (ISR Index)* yang terdiri dari 38 *item*.

II. KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

a. Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure

Mengingat pentingnya *ICSR*, diharapkan organisasi islam selektif dalam hal yang berkaitan dengan pemilihan anggota manajemen dan dewan dalam hal kualifikasi tertentu dan keyakinan agama dalam melaksanakan inisiatif pengungkapan *ICSR* (Baydoun dan Willet, 1997). Bank Syariah diharapkan menggambarkan tingkat tanggung jawab sosial perusahaan yang tinggi dan jelas dalam praktik pelaporan sosial mereka sebagai dibuktikan dalam laporan tahunan mereka (Zubairu et al., 2011).

CSR merupakan pendekatan yang seimbang bagi organisasi untuk mengatasi ekonomi, sosial dan isu lingkungan dengan cara yang menguntungkan orang, masyarakat dan masyarakat. Selama dekade terakhir, banyak negara memberikan pentingnya konsep ini untuk menangani masalah tentang pengangguran, kemiskinan, polusi dan masalah-masalah sosial dan lingkungan lainnya. Selanjutnya, krisis keuangan terakhir telah menarik perhatian luas untuk sosial ekonomi dimensi di bidang keuangan dan perbankan. Kemudian, sekarang disepakati bahwa kurangnya etika dan moralitas bisnis yang rendah memiliki konsekuensi *damageable* yang tidak hanya terjadi pada keuangan, tetapi juga sosial dan lingkungan. Bank Syariah sebagai lembaga keuangan yang melakukan kegiatan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, diharapkan mampu

mencerminkan tujuan Islam dalam ekonomi dan sosial dan harus menggabungkan kedua keuntungan dan tanggung jawab sosial ke dalam tujuan mereka karena mereka seharusnya memiliki identitas etika (Haniffa dan Hudaib, 2007).

Seluruh pelaksanaan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan oleh perusahaan akan disosialisasikan kepada publik salah satunya melalui pengungkapan sosial dalam laporan tahunan (*annual report*) yang dikeluarkan oleh perusahaan. Laporan tahunan (*annual report*) memberikan gambaran tentang kinerja perusahaan secara komprehensif baik mengenai informasi keuangan maupun informasi non keuangan yang perlu diketahui oleh para pemegang saham, calon investor, pemerintah atau bahkan masyarakat. Oleh karena itu, pengungkapan informasi yang dilakukan perusahaan di dalam laporan tahunan akan menjadi salah satu bahan pertimbangan bagi investor untuk melakukan investasi pada perusahaan yang bersangkutan. Tujuan laporan keuangan adalah untuk melaporkan aktivitas-aktivitas perusahaan yang mempengaruhi komunitas, yang mana dapat ditentukan dan dijelaskan atau diukur, dan penting bagi perusahaan dalam lingkungan sosialnya (Belkaoui, 2007).

Meskipun *ICSR* dapat meningkatkan reputasi perusahaan sekaligus kinerja keuangan seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Arshad, Othman, dan Othman (2012). Tetapi tujuan pemangku kepentingan didalam perusahaan maupun bank berbasis Syariah diharapkan bukanlah hanya mengejar faktor

keuntungan semata namun merupakan realisasi murni sebagai khalifah yang bertanggung jawab dimuka bumi. Menurut Chapra (1992) didalam Islam, kegiatan usaha tidak diasumsikan hanya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan material kegiatan tetapi itu harus dilakukan untuk memenuhi tanggung jawab agama juga.

b. Reputasi Perusahaan

Dowling (1994) mendefinisikan reputasi perusahaan sebagai hasil evaluasi (penilaian) yang menggambarkan citra perusahaan menurut masyarakat. Argenti dan Druckenmiller (2004) menyebut reputasi sebagai representasi kolektif dari citra yang dimiliki berbagai konstituen, istilah untuk menyebut orang-orang yang terlibat dalam suatu kegiatan organisasi maupun mereka yang dilayani organisasi, yang dibangun dari waktu ke waktu dan didasarkan pada program perusahaan, kinerja perusahaan, dan bagaimana para konstituen mempersepsikan perilaku mereka terhadap perusahaan.

Berbagai reputasi perusahaan datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, *banker*, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang, dan gerakan pelanggan di sektor perdagangan yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan. Perusahaan yang mempunyai reputasi positif lebih memungkinkan untuk menarik minat pelamar berkualitas tinggi, membangun pangsa pasar yang luas, menerapkan harga yang tinggi, dan lebih

menarik minat investor. Dengan kata lain perusahaan yang memberikan keunggulan kompetitif (Ardianto dan Sumirat, 2004).

Khoirunnisa (2006) menambahkan bahwa perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan akan lebih memperhatikan pertanggungjawaban sosialnya kepada masyarakat, hal ini dapat meningkatkan citra perusahaan dan mempengaruhi tingkat penjualan. Branco & Rodriguez (2006) mencatat bahwa perusahaan yang mempunyai profil *ICSR* yang tinggi mampu mengadakan dan meningkatkan interaksi mereka dengan konsumen, pemasok, investor dan hasilnya meningkatkan tingkat reputasi mereka.

Atas dasar paparan di atas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: *ICSRD* berpengaruh positif secara signifikan terhadap Reputasi Perusahaan.

c. Kinerja Keuangan Perusahaan

Pengertian kinerja perusahaan adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan secara legal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral dan etika (Rivai dan Basri, 2004).

Kinerja keuangan merupakan salah satu alat ukur untuk melihat

kesuksesan dalam menjalankan perusahaan. Beberapa penelitian berusaha untuk menilai kinerja dan profitabilitas bank syariah. Penelitian tersebut ada yang fokus terhadap kinerja keuangan digunakan untuk menilai keberhasilan perusahaan dalam menciptakan laba, seperti hasil penelitian yang dilakukan Masood et al. (2009).

Ukuran yang sangat lazim dipakai dalam suatu penelitian perusahaan untuk menilai kinerjanya dinyatakan dalam rasio keuangan. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba. Bagi investor jangka panjang, rasio profitabilitas dapat digunakan untuk melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk deviden (Martono dan Agus, 2004) dalam (Triatmodjo, 2009).

Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam operasinya (profitabilitas) merupakan fokus utama dalam penilaian prestasi perusahaan karena laba perusahaan selain merupakan indikator kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban bagi penyandang dananya juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Tingkat profitabilitas dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan investasi untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan tingkat pengembalian atas investasi yang dilakukan atas perusahaan tersebut. Misalnya profitabilitas dapat digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan modal dalam

suatu perusahaan melalui perbandingan laba dengan investasi yang digunakan dalam investasi (Triatmodjo, 2009).

Pengertian kinerja lainnya dikemukakan oleh Simanjuntak (2005) yang mengemukakan kinerja adalah tingkat pencapaian hasil atas pelaksanaan tugas tertentu. Kinerja perusahaan adalah tingkat pencapaian hasil dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan. Manajemen kinerja adalah keseluruhan kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan kinerja perusahaan atau organisasi, termasuk kinerja masing-masing individu dan kelompok kerja di perusahaan tersebut.

Sedangkan dari sudut pandang kegunaan kinerja itu sendiri, Sondang Siagian (2002) menjelaskan kegunaannya bagi organisasi, hasil penilaian kinerja sangat penting dalam kaitannya dengan pengambilan keputusan tentang berbagai hal seperti identifikasi kebutuhan program pendidikan dan pelatihan, rekrutmen, seleksi, program pengenalan, penempatan, promosi, sistem balas jasa, serta berbagai aspek lain dalam proses manajemen sumber daya manusia. Berdasarkan kegunaan tersebut, maka penilaian yang baik harus dilakukan secara formal berdasarkan serangkaian kriteria yang ditetapkan secara rasional serta diterapkan secara objektif serta didokumentasikan secara sistematis.

Deegan, Rankin, dan Tobin (2002) telah menyoroti bahwa CSR telah menjadi *driver* penting dalam mempengaruhi opini para pemangku kepentingan mengenai pemenuhan kewajiban perusahaan. Maignan, Ferrell, dan Farrell (2005)

menunjukkan bahwa para pemangku kepentingan merujuk kepada mereka yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi atau dipengaruhi oleh kegiatan perusahaan. Dalam mengkomunikasikan kegiatan *CSR*, banyak perusahaan yang menggunakan laporan tahunan mereka sebagai media pengungkapan.

Perusahaan dituntut untuk mempertahankan atau bahkan meningkatkan kinerjanya agar tetap dapat bertahan dalam masa krisis maupun persaingan yang semakin ketat. Kinerja perusahaan pada akhir periode harus dievaluasi untuk mengetahui perkembangan perusahaan dan melihat kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya dalam persaingan yang seringkali juga berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang bersangkutan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang bagus akan direspon positif oleh para investor melalui fluktuasi harga saham yang semakin naik dari periode ke periode dan sebaliknya jika perusahaan memiliki kinerja lingkungan yang buruk maka akan muncul keraguan dari para investor terhadap perusahaan tersebut dan direspon negatif dengan fluktuasi harga saham perusahaan di pasar yang semakin menurun dari tahun ke tahun (Almilia dan Wijayanto, 2007).

Teori *stakeholder* mengemukakan bahwa ketika perusahaan bertemu dengan berbagai macam harapan para *stakeholder* mereka akan lebih mampu menciptakan kinerja perusahaan yang luar biasa (Freeman, 1984). Menurut Anwar & Alfattani (2014) Kinerja keuangan menggambarkan peran dalam meningkatkan kegiatan

yang ditawarkan oleh bank islam kepada investor. Transformasi dari beberapa bank konvensional ke bank islam telah menciptakan reputasi yang baik bagi investor melalui *ICSR* yang baik.

ROA merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan aset yang dipergunakan. ROA dalam analisa keuangan mempunyai arti yang sangat penting sebagai salah satu alat analisis guna mengukur seberapa efisien manajemen dalam menggunakan aktiva untuk menghasilkan laba. ROA menjadi suatu informasi kepada investor tentang seberapa besar laba yang dihasilkan dari modal yang telah ditanamkan. Perusahaan yang menghadapi kompetisi yang tajam dalam dunia usaha akan menerapkan strategi perputaran aktiva atau *return on asset* (Husnan, 2013).

Maya (2008) dalam Indrawan (2011) menjelaskan bahwa ROE merupakan alat yang paling sering digunakan investor dalam pengambilan keputusan investasi. ROE dapat memberikan gambaran mengenai tiga hal pokok, yaitu: (a) Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (*profitability*), (b) Efisiensi perusahaan dalam mengelola *asset* (*assets management*), (c) Utang yang dipakai dalam melakukan usaha (*financial leverage*). Hasil dari ekuitas (*return on equity*), merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan ekuitas. Menurut Putri (2014), pemilihan ROA dan ROE sebagai *proxy* dari kinerja keuangan karena ROA dan ROE dianggap sesuai dalam mencerminkan usaha perusahaan dalam

menghasilkan laba dari sumber daya yang dimiliki.

Variabel *ROA* menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari setiap satu rupiah asset yang digunakan. Dengan ini kita bisa menilai apakah perusahaan ini efisien dalam memanfaatkan aktivitasnya dalam kegiatan operasional perusahaan. Rasio ini juga memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan. Variabel *ROA* menunjukkan seberapa banyak laba bersih yang dapat diperoleh dari keseluruhan aset yang dimiliki oleh perusahaan. *ROA* dihitung dengan membagi laba usaha setelah pajak dengan total asset dikalikan seratus persen.

Variabel *ROE* mengukur pengembalian atas ekuitas saham biasa atau tingkat pengembalian atas investasi pemegang saham, *ROE* dihitung dengan membagi laba usaha setelah pajak dengan ekuitas dikalikan seratus persen. Rata-rata ekuitas diperoleh dari ekuitas awal periode ditambah akhir periode dibagi dua. Rasio ini berguna untuk mengetahui seberapa besar kembalian yang diberikan oleh perusahaan untuk setiap rupiah modal dari pemilik.

Atas dasar paparan di atas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H2: *ICSRD* berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan.

Dikarenakan sifat dari studi empiris ini, asumsi hipotesis 2 ini terbagi menjadi dua, yaitu sebagai berikut:

H2a: *ICSRD* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Return On Asset*

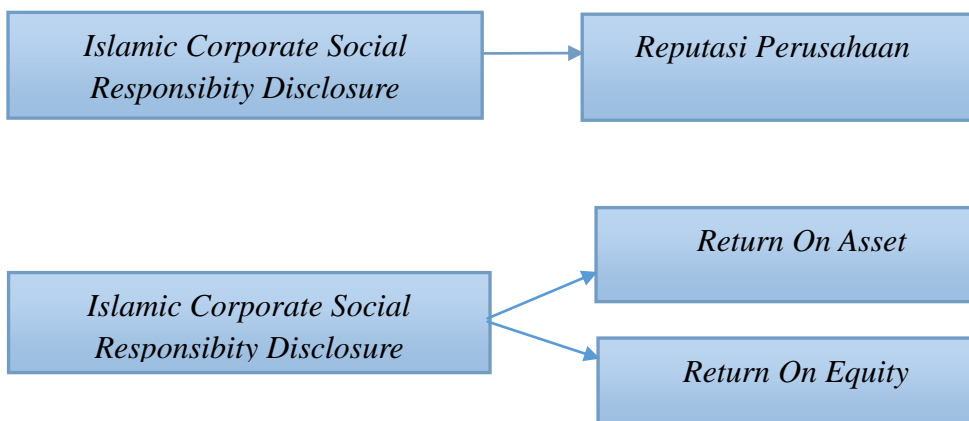
H2b: *ICSRD* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Return On Equity*

d. Kerangka Teori

Model penelitian dapat menerangkan kerangka teori dan menjelaskan variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *ICSR* sebagai variabel independen, serta reputasi perusahaan, dan kinerja keuangan perusahaan yang di-*proxy* dengan *ROA* dan *ROE* sebagai variabel dependen.

Variabel Independen

Variabel Dependen



III. Model Penelitian

a. Sampel

Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah metode *purposive judgement sampling*, yaitu tipe pemilihan sampel secara tidak acak yang

informasinya diperoleh dengan menggunakan pertimbangan tertentu dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Adapun kriteria yang digunakan dalam penentuan sampel penelitian ini adalah Bank Umum Syariah yang terdaftar di BEI dan Menerbitkan *annual report* di website www.idx.co.id. Atas dasar kriteria di tersebut diperoleh jumlah sampel sebanyak 11 Bank Syariah.

b. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Penelitian ini mereview data keuangan dan laporan *ICSR* dari bank Syariah yang dipilih dengan periode waktu Januari 2011 hingga Desember 2013. Selain itu, artikel ilmiah dari jurnal akademik, buku teks yang relevan, dan sumber internet lainnya juga digunakan

c. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Penelitian ini menggunakan variabel dependen reputasi perusahaan dan kinerja keuangan yang diproksikan dengan *ROA* dan *ROE*. Variabel dependen Reputasi Perusahaan dalam penelitian ini menggunakan penghitungan reputasi perusahaan dengan *ICSR Index Reputation score* adalah sebagai berikut:

$$\sum_{i=1}^{mj} \frac{dj}{N}$$

Untuk mengukur seberapa baik reputasi perusahaan, penelitian ini

menggunakan *GRI G4* dengan total 35 item yang merupakan item untuk pengungkapan standar umum wajib, diperoleh dari website www.globalreporting.org.

Variabel *ROA* menunjukkan seberapa banyak laba bersih yang dapat diperoleh dari keseluruhan aset yang dimiliki oleh perusahaan. *ROA* dihitung dengan membagi laba usaha setelah pajak dengan total aset dikalikan seratus persen. *ROE* mengukur pengembalian atas ekuitas saham biasa, atau tingkat pengembalian atas investasi pemegang saham, *ROE* dihitung dengan membagi laba usaha setelah pajak dengan ekuitas dikalikan seratus persen.

Variabel Independen dalam penelitian ini adalah *ICSRD*. Penelitian ini *ICSRD* diukur dengan menggunakan index pengungkapan sosial yang merupakan variabel *dummy*. Rumus perhitungan *ICSRDI* adalah sebagai berikut:

$$ICSRD_j = \frac{\sum X_{Ij}}{n_j}$$

Dimana:

ICSRD Ij : *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

n_j : jumlah *item* untuk perusahaan j, $n_j = 38$

X_{ij} : 1 = jika *item* i diungkapkan; 0 = jika *item* i tidak diungkapkan.

Sehingga $0 \leq I_j \leq 1$.

Untuk mengukur seberapa jauh Bank Syariah menerapkan prinsip Islam yang baik dalam pengungkapan *ICSR* maka penelitian ini akan menilainya

berdasarkan model *Islamic Social Reporting Index (ISR Index)*, terdiri dari 38 item yang merupakan tolak ukur pelaksanaan kinerja sosial perbankan syariah yang berisi kompilasi item-item standar yang ditetapkan oleh *AAOIFI (Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution, 2002)*.

d. Teknik Analisis Data

Model analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah model regresi sederhana, oleh sebab itu data yang akan diolah terlebih dahulu harus bebas dari asumsi klasik (normalitas, autokorelasi, dan heterokedasitas). Analisis regresi sederhana (*Simple Regression Analyze*) digunakan untuk memprediksi nilai suatu variabel dependen berdasarkan nilai variabel lain. Analisis regresi juga dapat digunakan untuk melihat pengaruh variabel dependen (X) terhadap variabel dependen(Y). Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dipergunakan analisis regresi linier sederhana dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y_1 = \alpha + \beta X + e$$

$$Y_2 = \alpha + \beta X + e$$

$$Y_3 = \alpha + \beta X + e$$

Keterangan:

Y1 : Reputasi Perusahaan

Y2 : *Return On Asset*

Y_3 : *Return On Equity*

α : Konstanta

β : Koefisien Regresi Model

X : *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure*

e : Error term model (variabel residual)

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian digunakan untuk mencari nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi, maksimum dan minimum dari variabel yang diuji dalam penelitian. Secara lengkap hasil pengujian asumsi klasik dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

[Insert tabel 1](#)

Berdasarkan analisis data pada tabel 1, variabel *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* menunjukkan bahwa Bank Syariah memiliki mean sebesar 0,7152 dan nilai median sebesar 0,74. Nilai minimum dan maksimum adalah 0,47 dan 0,87. Sedangkan standar deviasinya adalah 0,10852. Variabel reputasi perusahaan menunjukkan mean sebesar 0,8879 dan nilai median sebesar 0,89. Nilai minimum dan maksimum adalah 0,77 dan 1. Sedangkan standar deviasinya

adalah 0,06465. Variabel *Return On Asset* menunjukkan bahwa Bank Syariah memiliki mean sebesar 1,6870 dan nilai median sebesar 1,37. Nilai minimum dan maksimum adalah -0.59 dan 6,93. Sedangkan standar deviasinya adalah 1,37082. Variabel *Return On Equity* menunjukkan memiliki mean sebesar 12,0330 dan nilai median sebesar 7,63. Nilai minimum dan maksimum adalah -3,26 dan 57,98. Sedangkan standar deviasinya adalah 12,14545, dalam penelitian ini khusus untuk nilai median dihitung menggunakan *Microsoft Excel*.

b. Uji Usumsi Klasik

Uji asumsi klasik penelitian menggunakan uji normalitas, uji heterokedasitas, dan autokorelasi. Hasil pengujian data dalam penelitian ini lolos dari uji asumsi klasik yang meliputi normalitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi. Secara lengkap hasil pengujian asumsi klasik dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

[Insert tabel 2](#)

[Insert tabel 3](#)

[Insert tabel 4](#)

[Insert tabel 5](#)

[Insert tabel 6](#)

[Insert tabel 7](#)

[Insert tabel 8](#)

[Insert tabel 9](#)

[Insert tabel 10](#)

c. Uji Hipotesis

i. Koefisien Determinasi

Uji ini dilakukan untuk mengukur kemampuan variabel-variabel independen, yaitu *Islamic Corporate Social Responsibility* dalam menjelaskan variasi variabel dependen yaitu Reputasi Perusahaan, ROA, dan ROE. Berikut adalah hasil uji koefisien *Adjusted R Square*:

[Insert tabel 11](#)

[Insert tabel 12](#)

[Insert tabel 13](#)

Koefisien *Adjusted R Square* ($0,350 + 0,074 + 0,121 = 0,545$)

Berdasarkan analisis data pada tabel .4.9 Menunjukkan bahwa nilai koefisien *Adjusted R Square* reputasi perusahaan adalah sebesar 0,350 atau 35%, koefisien *Adjusted R Square* ROA adalah sebesar 0,074 atau 7,4%, koefisien

Adjusted R Square ROE adalah sebesar 0,121 atau 12,1%. Hal ini berarti 0,545 atau 54,5% variabel Reputasi Perusahaan, variabel *ROA*, dan variabel *ROE* dapat dijelaskan oleh variabel pengungkapan *ICSR*. Sedangkan sisanya (100% - 54,5% = 45,5%) dijelaskan oleh faktor-faktor lain.

ii. Uji Statistik t

Uji statistik t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual yaitu pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* dalam menerangkan variasi variabel dependen, yaitu reputasi perusahaan, *return on asset*, dan *return on equity*. Berikut hasil uji penelitian:

a. *ICSRD* dan Reputasi Perusahaan

Hasil Uji H1: Pengaruh pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap Reputasi Perusahaan. Hasil uji hipotesis 1 dapat dilihat pada tabel 4.10 variabel pengungkapan *ICSR* pada Bank Syariah mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa pengungkapan *ICSR* pada Bank Syariah berpengaruh positif secara signifikan terhadap Reputasi Perusahaan.

[Inser tabel 14](#)

c. *ICSRD* dan *Return On Asset*

Hasil Uji H2a: Pengaruh pengungkapan *Islamic Corporate Social*

***Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang di-proxy dengan ROA.** Hasil uji hipotesis 2 dapat dilihat pada tabel 4.11 variabel pengungkapan ICSR pada Bank Syariah mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,101 lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti bahwa pengungkapan ICSR pada Bank Syariah berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap ROA.

[Insert tabel 15](#)

d. *ICSRD dan Return On Equity*

Hasil Uji H2b: Pengaruh pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang di-proxy dengan ROE. Hasil uji hipotesis 3 dapat dilihat pada tabel 4.12 variabel pengungkapan ICSR pada Bank Syariah mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,025 lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa pengungkapan ICSR pada Bank Syariah berpengaruh positif secara signifikan terhadap ROE.

[Insert tabel 16](#)

V. KESIMPULAN

- a. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif secara signifikan terhadap Reputasi Perusahaan.
- b. Hasil penelitian hipotesis ini menunjukkan bahwa variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh atau berpengaruh

negatif terhadap *ROA* tetapi tidak signifikan. Meskipun Bank Syariah yang menjadi sampel dalam pengungkapan *ICSR* telah memberikan pengungkapan yang baik melalui standar laporan tanggung jawab sosial pada *Islamic Social Reporting Index*, namun hal ini tidak berdampak pada *ROA*.

- c. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *ROE*. Dalam kurun waktu 2011 sampai dengan 2013 nilai *ROE* di beberapa Bank Syariah memang fluktuatif, tetapi diimbangi dengan kenaikan nilai *ROE* pada beberapa bank yang semakin naik tanpa mengalami penurunan, misalnya saja Bank Jabar Banten Syariah, Bank Muamalat, BCA Syariah, BNI Syariah, BRI Syariah, Bank Bukopin Syariah, dan Panin Bank Syariah. Hal ini membuktikan bahwa pelaksanaan *CSR* ini menyebabkan perusahaan mengeluarkan biaya tambahan yang tidak sedikit jumlahnya. Pengeluaran akibat biaya ini tentu akan mempengaruhi perolehan laba perusahaan.
- d. Keterbatasan penelitian ini terletak pada sampel penelitian yang hanya 11 Bank Syariah di Indonesia, periode yang digunakan dalam penelitian ini hanya 3 tahun, yaitu 2011, 2012, dan 2013, dikarenakan keterbatasan waktu yang dimiliki oleh peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini,

penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel dependen, yaitu: reputasi perusahaan, kinerja keuangan perusahaan yang di *proxy* dengan *return on asset*, dan *return on equity*. Kemungkinan ada variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility*.

REFERENSI

- AAOIFI. 2002. Accounting and Auditing, Governance Standards for Islamic Financial Institutions. *Manama: Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*.
- Ahmad, Khaliq. 2002. Islamic Ethics in a Changing Environment for Manager, in Abul Hasan M. Sadeq. Ethics in Business and Management: Islamic and Mainstream Approaches. *London: Asean Academic Press*.
- Almilia, L. Spica. dan Wijayanto. 2007. Pengaruh Environmental Performance dan Environmental Disclosure Terhadap Economic Performance. *The 1st Accounting Conference, Depok. Pp. 1-23*.

Al-Qur'an Surat Al-Qashash ayat 77.

Anas, El Melki and Ben Arab. 2009. Ethical Investment and the Social Responsibilities of the Islamic Banks. Research and Teaching Associate ISAEG 2009. *The High Institute of Business Administration of Gafsa Tunisia*.

Anwar dan Alfattani. 2014. The Mediating Effect of Financial Performance on the Relationship between Shariah Supervisory Board Effectiveness, Intellectual Capital and Corporate Social Responsibility, of Islamic Banks in Gulf Cooperation Council Countries. *Asian Social Science; Vol. 10, No. 17; 2014. ISSN 1911-2017 E-ISSN 1911-2025 Published by Canadian Center of Science and Education*.

Ardianto, Elvinaro dan Sumirat, Soleh. 2004. Dasar-dasar Public Relation. *Cetakan Ketiga. Remaja Rosdakarya, Bandung*.

Argenti, P. & Druckmiller. 2004. Reputations and the Corporate Brand. *Corporate Reputation Review Vol.6*.

Baydoun, and Willet. 1997. Islam and accounting: ethical issues in the presentation of financial information. *Accounting, Commerce and Finance: The Islamic perspective Journal, vol.1, no.1, 1997, pp. 1-25*.

Belkaoui, Ahmed Riahi. 2007. Accounting Theory. *Jakarta: Salemba Empat*.

Branco and Rodrigues. 2008. Factors Influencing Social Responsibility Disclosure by Portuguese Companies, *Journal of Business Ethics, 83, 683-701*.

Brinkman, J. 2003. Does Corporate Social Responsibility Lead to Improved Financial Performance? An Analysis of the Electric Utility Industry. *The Center for Corporate Citizenship at Boston College*.

Chapra, M. Umar. 1992. Islam and the Economic Challenge. *Leicester: The Islamic Foundation*.

Deegan, Rankin, and Tobin. 2002. An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997: a test of legitimacy

theory, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15(3), 312-343.

Dowling, G. 1994. *Corporate Reputations: Strategic for Developing the Corporate Brand*. Kogan Page: London.

Economist, T. 2005. The Good Company: A Survey of Corporate Social Responsibility. *The Economist*.

Freeman. 1984. *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman Publishing.

Ghozali, I. 2005. *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.

J. Guthrie and M.R. Mathews. 1985. Corporate Social Accounting in Australasia in Lee.E.Preston (ed), *Research in Corporate Social Performance and Policy*. 7, 251-277.

J.G. Longenecker, J.A. McKinney, and C.W. Moore. 2004. Religious intensity, evangelical Christianity, and business ethics: an empirical study. *Journal of business ethics*, 55 (4), 371-384.

John Angelidis and Nabil Ibrahim. 2004. An Exploratory Study of the Impact of Degree of Religiousness Upon an Individual's Corporate Social Responsiveness Orientation. *Journal of Business Ethics*, 51 (2), 119-128. *Ketiga. Remaja Rosdakarya, Bandung*.

Khoirunnisa, 2007. Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Tingkat Pengungkapan Sosial pada Perusahaan Yang Terdaftar di BEJ. *Skripsi FEIS*.

Khurshid, M., AAli, A., Soliman, Ali., and Amin, Mohammad., 2014. Developing an Islamic corporate social responsibility model (ICSR). *College of Business Administration, King Saud University, Riyadh and Development, University Technology Malaysia, Malaysia*.

Husnan, Ahmad. 2013. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Diponegoro: Semarang.

Indrawan, Danu Candra. 2011. Pengaruh Corporate Social Responsibility.

- M.R. Muwazir, R. Muhammad, and K. Noordin. (2006). Corporate Social Responsibility Disclosure: A Tawhidic Approach. *Journal Syariah* , 14 (1), 125-142.
- Maignan, Ferrell, and Farrell. 2005. A stakeholder model for implementing social responsibility in marketing, *European Journal of Marketing*, 39(9/10), 956-77.
- Masood, O., Aktan, B., & Chaudhary, S. 2009. An empirical study on Banks profitability in the KSA: A cointegration approach. *African Journal of Business Management*, 3(8), 374-382.
- Putri, Dewi. 2014. Hubungan antara CSR dan Kinerja Keuangan Industri Keuangan Syariah di Indonesia. *Universitas Diponegoro*.
- R. Haniffa and M. Hudaib. 2007. Exploring the ethical identity of Islamic banks via communication in annual reports. *Journal of Business Ethics* , 76, 97-116.
- Rice, G. 1999. Islamic ethics and the implications for business. *Journal of business ethics* , 18 (4), 345-358.
- Rivai, Veithzal dan Basri, Ahmad Fawzi. 2004. Performance Appraisal: Sistem yang Tepat untuk Menilai Kinerja Karyawan dan Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Jakarta: PT Grafindo Persada*.
- Roshayani Arshad, Suaini Othman, Rohana Othman. 2012. Islamic Corporate Social Responsibility, Corporate Reputation and Performance World Academy of Science, Engineering and Technology. *International Journal of Social, Management, Economics and Business Engineering Vol:6 No:4*.
- Rosiliana, Yuniarta, Darmawan. 2014. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan LQ45 di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2012). *Universitas Ganessa*.
- Siagian, Sondang P. 2000. Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jakarta: Bumi Aksara*
- Simanjuntak, Payman J. 2005. Manajemen dan Evaluasi Kinerja. *Jakarta: FE UI*.

Syafii, M. A. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktek. Jakarta: Gema Insani. Terhadap Kinerja Perusahaan. Skripsi. Universitas Diponegoro: Semarang.*

The Holy Qur'an. 2006. *The Glorious Qur'an. Translated by King Fahad Complex for the Printing of Madinah Munawwarah.*

Triatmodjo, Hari Murti. 2009. Pengaruh Economic Value Added dan Profitabilitas Perusahaan Return Pemegang Saham. *FE Akuntansi UMS.*

UU PT No. 40 tahun 2007 pasal 74 ayat 1 dan UU no. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang ada pada pasal 15 (b)

Global Reprting Initiative. 2015. GRI Sustainability Reprting Guidelines G4. Website www.globalreporting.org.

www.idx.co.id.

Ziauddin, S. 2003. *Islam, Postmodernism and Other Futures: A Ziauddin Sardar Reader. (G. Boxwell, Penyunt.).*

Zubairu, U., M., Sakariyau, O. B. & Dauda, C. K. 2011. Social Reporting Practices of Islamic Banks in Saudi Arabia. *International Journal of Business and Social Science*, 2(23), 193-205.

LAMPIRAN

Uji Analisis Deskriptif

Tabel 1

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ICSRD	33	,47	,87	,7152	,10852
REP	33	,77	1	,8879	,06465
ROA	33	-,59	6,93	1,6870	1,37082
ROE	33	-3,26	57,98	12,0330	12,14545
Valid N (listwise)	33				

Source: Primary data processed, 2015

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		ICSR	Rep
N		33	33
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,7152	.8879
	Std. Deviation	,10852	.06465
Most Extreme Differences	Absolute	,166	,184
	Positive	,077	,184
	Negative	-,166	-,140
Kolmogorov-Smirnov Z		,955	1,056
Asymp. Sig. (2-tailed)		,321	,214

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data

Uji Normalitas

Tabel 3

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		ICSR	ROA
N		33	33
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,7152	1.6870

	Std. Deviation	,10852	1.37082
Most Extreme Differences	Absolute	,166	,228
	Positive	,077	,228
	Negative	-,166	-,133
Kolmogorov-Smirnov Z		,955	1,310
Asymp. Sig. (2-tailed)		,321	,065

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Normalitas

Tabel 4

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		ICSR	ROE
N		33	33
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,7152	12.0330
	Std. Deviation	,10852	12.14545

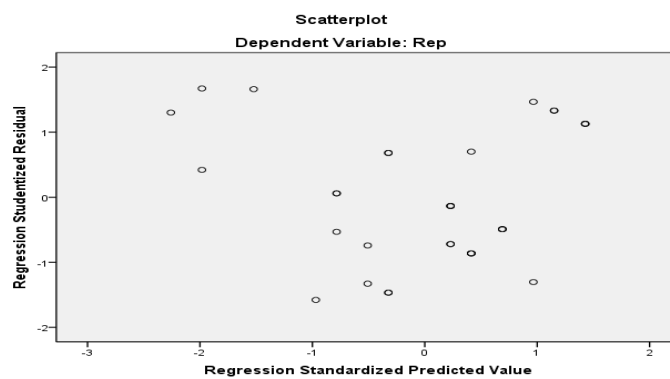
Most Extreme Differences	Absolute	,166	,220
	Positive	,077	,220
	Negative	-,166	-,156
Kolmogorov-Smirnov Z		,955	1,263
Asymp. Sig. (2-tailed)		,321	,082

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

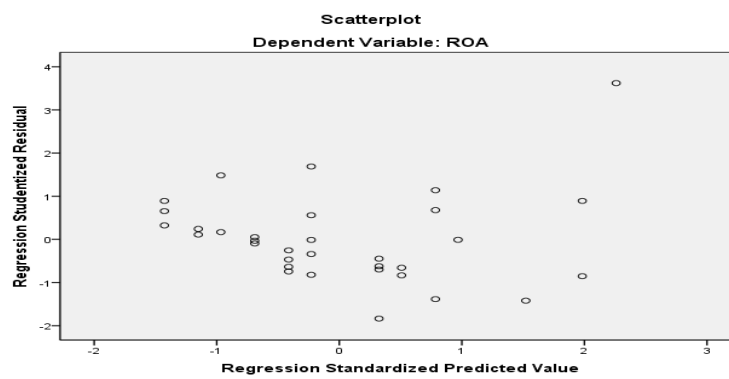
Uji Heterokedasitas

Tabel 5



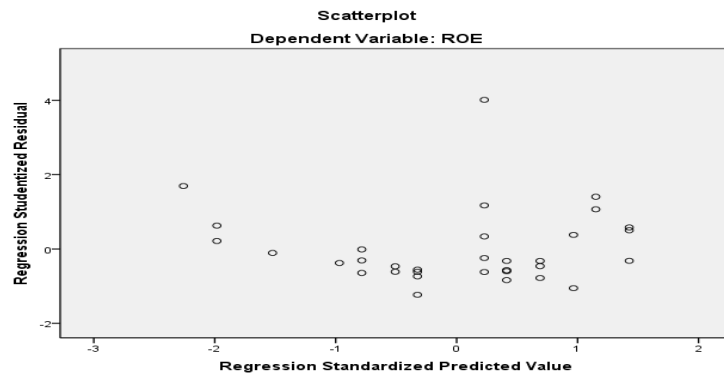
Uji Heterokedasitas

Tabel 6



Uji Heterokedasitas

Tabel 7



Uji Autokorelasi

Tabel 8

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
Dimension 1 0	,609*	,371	,350	,05211	,837

a. Predictors:(Constant),ICSR

b. Dependent Variable: rep

Uji Autokorelasi

Tabel 9

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
Dimension 1 0	,323 ^a	,104	,074	1,27899	1,687

a. Predictors:(Constant),ICSR

b. Dependent Variable: ROA

Uji Autokorelasi

Tabel 10

Model Summary^b

Model		R	Adjusted	Std. Error of	
	R	Square	R Square	the Estimate	Durbin-Watson
Dimensio 0	1	,387 ^a	,149	11,26922	1,090

b. Predictors:(Constant),ICSR

b. Dependent Variable: ROE

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinati

Tabel 11

Model Summary^b

Model		R	Adjusted	Std. Error of	
	R	Square	R Square	the Estimate	Durbin-Watson
Dimension 0	1	,609*	,371	,05211	,837

Predictors:(Constant),ICSR

b. Dependent Variable: rep

Uji Koefisien Determinati

Tabel 12

Model Summary^b

Model		R	Adjusted	Std. Error of	
	R	Square	R Square	the Estimate	Durbin-Watson
Dimension 0	1	,323 ^a	,104	1,27899	1,687

Predictors:(Constant),ICSR

b. Dependent Variable: ROA

Uji Koefisien Determinati

Tabel 13
Model Summary^b

Model		R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
Dimensio 0	1	,387 ^a	,149	11,26922	1,090

^c Predictors:(Constant),ICSR

b. Dependent Variable: ROE

Uji Statistik t

Tabel 14

Model REP		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,629	,061		10,239	,000
	ICSR	,363	,085	,609	4,272	,000

Uji Statistik t

Tabel 15

Model roa		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,310	1,570		2,745	,010
	ICSR	-3,668	2,171	-,290	-1,689	,101

Uji Statistik t

Tabel 16

Model roe		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-----------	--	-----------------------------	---------------------------	---	------

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-19,109	13,390		-1427	,164
	ICSR	43,545	18,518	,389	2,352	,025

ISR Index terdiri dari 38 item dalam 6 kategori yaitu:

1. *Finance and Investment theme: Riba Activities, Gharar, Zakat, Bad Debts Written-off, Current Value Balance Sheet, Current Value Balance Sheet, Value Added Statement.*
2. *Products And Services Theme: Green Product, Halal Status of Product, Product Quality, Customer Complaints.*
3. *Employees Theme: Nature of Work, Education and Training, Equal Opportunities, Employee Involvement, Health and Safety, Working Environment, Employment of Other Special. Sponsoring Public Health.*
4. *Society Theme: Sadaqah, Waqaf, Qard Hasan, Employee Volunteerism, Scholarship, Graduate Employment, Underprivileged Community, Youth Development.*
5. *Environment: Conservation Of Environment, Endangered Wildlife, Pollution, Education, Environmental Audit, Policy.*

6. Corporate governance theme: Shariah Compliance Status, Ownership Structure, Bod , Declaration of Forbidden Activities, Anti-Corruption Policies.

Indeks Konten GRI untuk 'Sesuai' – Inti

PENGUNGKAPAN STANDAR UMUM		
Pengungkapan Standar Umum	Halaman	Assurance Eksternal Tunjukkan apakah Item Pengungkapan Standar telah dijamin secara eksternal. Jika ya, sertakan referensi halaman untuk Pernyataan Assurance Eksternal di laporan.
STRATEGI DAN ANALISIS		
G4-1		
PROFIL ORGANISASI		
G4-3		
G4-4		
G4-5		
G4-6		
G4-7		
G4-8		
G4-9		
G4-10		
G4-11		
G4-12		
G4-13		
G4-14		
G4-15		
G4-16		