

**ANALISIS PELAPORAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* PERBANKAN SYARIAH
DALAM PERSPEKTIF *SHARIAH ENTERPRISE
THEORY* :**

**STUDI KASUS PADA LAPORAN TAHUNAN
BANK SYARIAH MANDIRI DAN BANK MUAMALAT
INDONESIA**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

FADILLA PURWITASARI

NIM. C2C007035

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2011**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Fadilla Purwitasari

Nomor Induk Mahasiswa : C2C007035

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **ANALISIS PELAPORAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PERBANKAN SYARIAH DALAM PERSPEKTIF *SHARIAH ENTERPRISE THEORY*: STUDI KASUS PADA LAPORAN TAHUNAN BANK SYARIAH MANDIRI DAN BANK MUAMALAT INDONESIA**

Dosen Pembimbing : Anis Chariri, S.E., M.Com, Ph. D., Akt

Semarang, 26 September 2011

Dosen Pembimbing

(Anis Chariri, S.E., M.Com, Ph. D., Akt)

NIP. 19670809 199203 1001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Fadilla Purwitasari

Nomor Induk Mahasiswa : C2C007035

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **ANALISIS PELAPORAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PERBANKAN SYARIAH DALAM PERSPEKTIF *SHARIAH ENTERPRISE THEORY*: STUDI KASUS PADA LAPORAN TAHUNAN BANK SYARIAH MANDIRI DAN BANK MUAMALAT INDONESIA**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 10 Oktober 2010

Tim Penguji :

1. Anis Chariri, S.E., M.Com, Ph. D., Akt ()
2. Drs. P. Basuki Hadiprajitno, MBA, M. Acc., Akt ()
3. Shiddiq Nur Rahardjo, S.E., M. Si., Akt ()

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Fadilla Purwitasari, menyatakan bahwa skripsi dengan judul Analisis Pelaporan *Corporate Social Responsibility* Perbankan Syariah dalam Persepektif *Shariah Enterprise Theory*: Studi Kasus Pada Laporan Tahunan Bank Syariah Mandiri dan Bank Muamalat Indonesia, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 26 September 2011

Yang membuat pernyataan

(Fadilla Purwitasari)

NIM: C2C007035

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

وَإِذَا لَكُمْ آلَاءُ اللَّهِ يَفْسَحِ فَاَفْسَحُوا الْمَجَالِسِ فِي تَفْسَحُوا لَكُمْ قِيلَ إِذَا ءَامَنُوا الَّذِينَ يَتَأْتِيهَا
بِمَا وَاللَّهُ ذَرَجَاتٍ الْعِلْمِ أَوْتُوا وَالَّذِينَ مِنْكُمْ ءَامَنُوا الَّذِينَ اللَّهُ يَرْفَعِ فَاَنْشُرُوا أَنْشُرُوا قِيلَ
﴿خَيْرٌ تَعْمَلُونَ﴾

Artinya: Hai orang-orang beriman apabila kamu dikatakan kepadamu: "Berlapang-lapanglah dalam majlis", Maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. dan apabila dikatakan: "Berdirilah kamu", Maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.

When we do the best that we can, we never know what miracle is wrought in our life, or in the life of another.

Helen Keller

Dengan penuh kebanggaan
dan rasa hormat,
Skripsi ini kupersembahkan untuk
Ayah dan Mamaku tercinta:

Drs. Jaka Purnama dan Siti Aisyah Pane, S.Pd.

ABSTRACT

This study aims to analyze the reporting of corporate social responsibility (CSR) in Islamic banking based on shariah enterprise theory. CSR implementation based on shariah enterprise theory was analyzed by using Habermas' Theory of Communication Action.

The research was done by analyzing how the Bank Syariah Mandiri (BSM) and Bank Muamalat Indonesia (BMI) report their corporate social responsibility. This study uses a semiotic analysis methods based on the disclosure of social responsibility items based on shariah enterprise theory.

This study shows that the act of social responsibility reporting by BSM and BMI are still influenced by their own interests. Interests are mainly influenced by money and power. The role of 'principle' is not very visible in the way of their social responsibility reporting.

Keywords: CSR, corporate social responsibility, shariah enterprise theory, Islamic banks, Theory of Communication Action, Habermas, Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*-CSR) pada perbankan syariah berdasarkan *shariah enterprise theory*. Implementasi CSR berbasis *shariah enterprise theory* dianalisis dengan menggunakan Teori Komunikasi Aksi milik Habermas.

Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis bagaimana Bank Syariah Mandiri (BSM) dan Bank Muamalat Indonesia (BMI) melaporkan tanggung jawab sosial perusahaannya. Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotik yang didasarkan pada item-item pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan *shariah enterprise theory*.

Penelitian ini menunjukkan bahwa tindakan pelaporan tanggung jawab sosial oleh BSM dan BMI masih dipengaruhi oleh kepentingan mereka masing-masing. Kepentingan-kepentingan ini terutama dipengaruhi oleh *money* dan *power*. Peranan 'prinsip' tidak terlalu terlihat dalam cara pelaporan tanggung jawab sosial mereka.

Kata Kunci : CSR, tanggung jawab sosial, *shariah enterprise theory*, bank syariah, Teori Komunikasi Aksi, Habermas, Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tentang “Analisis Pelaporan *Corporate Social Responsibility* Perbankan Syariah dalam Perspektif *Shariah Enterprise Theory*: Studi Kasus Pada Laporan Tahunan Bank Syariah Mandiri dan Bank Muamalat Indonesia”.

Adapun maksud dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Atas berkat bantuan dari berbagai pihak yang telah berkenan untuk memberikan segala yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini, perkenankanlah penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah menunjukkan keagungan-Nya, menunjukkan bahwa betapa berusaha dan bertawakal adalah jalan yang Dia sediakan bagi hamba-Nya untuk berada dalam ridho-Nya. *Subhanallah, alhamdulillah, laailaha illallah, allahu akbar.*
2. Ayah dan Mama tercinta, Drs Jaka Purnama dan Siti Aisyah, S.Pd., yang selalu memberikan semangat dan bantuan yang tak terbatas hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Drs. H. Mohamad Nasir, M.Si, Akt, Ph.D selaku Dekan Universitas Diponegoro Semarang

4. Bapak Anis Chariri, S.E., M.Com, Ph. D., Akt selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan motivasi dalam bimbingan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Marsono, S.E., M.Adv. Acc., Akt. selaku dosen wali yang dengan penuh kesabaran dan selalu memberikan dukungan hingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Segenap dosen, staf, dan karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sebagai dasar penulisan skripsi ini.
7. Adik-adikku tercinta, Fauzan Isnanto dan Nadia Shaliha, yang selalu meneriakkan semangatnya.
8. Kedua sahabatku tercinta, Destia Kusuma dan Dentiko Wasis Aulia, yang bersedia meminjamkan pundak di saat sedih dan berbagi tawa di saat senang.
9. Teman-teman di Wisma Asy Syifa yang selalu membangkitkan tawa di saat-saat terpuruk.
10. Kawan-kawan di Senat KM tahun 2010 dan BEM KM tahun 2011, khususnya Komisi 4 dan Kementerian Dagri, yang selalu bersedia ditinggalkan ketika penulis harus menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu dalam pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari akan kekurangsempurnaan penulisan skripsi ini. Oleh sebab itu segala kritik maupun saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan agar kelak dikemudian hari dapat menghasilkan karya yang lebih baik.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Semarang, 26 September 2011

Penulis,

Fadilla Purwitasari

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| PERSETUJUAN SKRIPSI | ii |
| PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN..... | iii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | v |
| <i>ABSTRACT</i> | vi |
| ABSTRAK..... | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 10 |
| 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian | 12 |
| 1.4 Sistematika Penulisan | 13 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 15 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 15 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu..... | 38 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 42 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 46 |
| 3.1 Desain Penelitian..... | 46 |
| 3.2 Jenis dan Sumber Data | 47 |
| 3.3 Metode Pengumpulan Data | 47 |
| 3.4 Objek Penelitian | 48 |
| 3.5 Analisis Data | 48 |
| BAB IV HASIL DAN ANALISIS | 51 |
| 4.1 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) oleh Bank Syariah Mandiri | 51 |
| 4.2 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) oleh Bank Muamalat Indonesia..... | 68 |
| 4.3 Perbandingan Pengungkapan Laporan CSR antara Bank Syariah Mandiri dan Bank Muamalat Indonesia | 83 |
| BAB V PENUTUP..... | 87 |
| 5.1 Simpulan | 87 |
| 5.2 Keterbatasan..... | 88 |
| 5.3 Saran | 89 |
| DAFTAR PUSTAKA | 90 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN..... | 97 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Penelitian..... | 42 |
| Gambar 3.1. Langkah-Langkah Analisis dengan Pendekatan Semiotik..... | 49 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 2.1. <i>Item</i> Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Akuntabilitas terhadap Tuhan dan <i>Direct Stakeholders</i>) Berdasarkan <i>Shariah Enterprise Theory</i> | 95 |
| Tabel 2.2. <i>Item</i> Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Akuntabilitas terhadap <i>In-Direct Stakeholders</i> dan Alam) Berdasarkan <i>Shariah Enterprise Theory</i> | 97 |
| Tabel 4.1. Hasil Analisis Pengungkapan CSR pada Laporan Tahunan Bank Syariah Mandiri tahun 2010 Berdasarkan <i>Shariah</i> <i>Enterprise Theory</i> | 99 |
| Tabel 4.2. Hasil Analisis Pengungkapan CSR pada Laporan Tahunan Bank Muamalat Indonesia tahun 2010 Berdasarkan <i>Shariah</i> <i>Enterprise Theory</i> | 102 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure* – selanjutnya disebut CSRD) menjadi topik hangat yang sering dibicarakan selama beberapa tahun terakhir ini. Beberapa perusahaan nasional dan internasional mendukung pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan menjadikan CSRD sebagai *voluntary disclosure*, bahkan menjadikannya sebagai laporan yang diprioritaskan (Cosmin dan Eugenia, 2009).

Pihak lain yang mendukung CSRD adalah pemerintah. Sebagai contoh, pemerintah Malaysia memberikan insentif bagi perusahaan publik terdaftar (*Public Listed Companies-PLC*) yang melakukan pelaporan sosial (Said, dkk 2009). Alasannya, menurut Said, dkk (2009) karena tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*- selanjutnya disebut CSR) dapat memperbaiki performa keuangan, meningkatkan citra merk dan menambah daya tarik perusahaan sebagai tempat kerja yang terbaik, yang akhirnya akan mempengaruhi nilai pasar perusahaan. Negara-negara lain yang mendukung adanya CSRD adalah negara-negara di dataran Eropa, seperti Norwegia, Swedia, Belanda, dan Denmark (Douglas, dkk 2004).

Ada beberapa hal yang menjadi alasan mengapa CSRD diperlukan untuk melengkapi pelaporan keuangan perusahaan. Antara negara yang satu dengan negara lain memiliki alasan yang berbeda mengapa CSRD diperlukan dalam laporan tahunan perusahaan mereka. Berikut ini beberapa hal yang menjadi alasan perusahaan-perusahaan di suatu negara melakukan pelaporan CSR.

Isu tentang hak asasi manusia dan globalisasi merupakan dua alasan mengapa perusahaan-perusahaan di Australia melakukan pelaporan tanggung jawab sosial (Rabet, 2009). Sedangkan negara-negara Uni Eropa menjadikan CSRD sebagai laporan yang diprioritaskan demi mencapai salah satu tujuan strategisnya, yang tercantum di Lisbon Strategy musim semi tahun 2000, yaitu menjadi perekonomian berbasis-pengetahuan yang paling kompetitif dan dinamis di dunia, dapat memelihara pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, dapat menyediakan pekerjaan yang lebih banyak dan lebih layak, serta memelihara kohesi sosial yang lebih baik (Cosmin dan Eugenia, 2009).

Menurut Galliano (2005) dalam Maggiolini dan Nanini (2006), CSR diangkat menjadi isu dunia sebagai tanda keprihatinan terhadap keadaan dunia akhir-akhir ini. Dengan kata lain, Galliano (2005), dalam Maggiolini dan Nanini (2006), ingin menyatakan bahwa akhir-akhir ini banyak orang berbicara dan menulis tentang CSR karena hanya sedikit tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan bila dibandingkan beberapa dekade yang lalu.

Sedangkan tujuan pelaporan sosial perusahaan-perusahaan di Indonesia, menurut Puspitasari (2009) adalah untuk memenuhi kebutuhan informasi para

pengguna laporan keuangan mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi.

Tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel, serta tata kelola perusahaan yang lebih baik semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya, termasuk perusahaan perbankan (Mulyanita, 2009). Ada beberapa alasan yang menyebabkan sektor perbankan memerlukan pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan. Berikut ini hal-hal yang menjadi alasan mengapa bank melakukan CSR.

Achua (2008) menyatakan bahwa perubahan perilaku konsumen membuat sektor perbankan di Nigeria membutuhkan pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan. Alasan perubahan ini, menurut Achua (2008), akibat adanya globalisasi dan deregulasi jasa keuangan, privatisasi oleh bank-bank nasional pendahulu, perkembangan teknologi informasi, dan lain-lainnya.

Menurut Zappi (2007), pelaporan tanggung jawab sosial di Italia digunakan sebagai manajemen strategik bagi bank yang berorientansi *multi-stakeholder* dan untuk menciptakan nilai secara hati-hati dengan pihak-pihak yang berhubungan dan bertransaksi dengan perusahaan. Sedangkan Branco dan Rodrigues (2006, h. 233) berpendapat bahwa “

Banks can report on what they are doing to ensure that their lending and investment policies do not facilitate industrial activities, which are harmful for the environment. On the other hand, financial institutions consume vast amounts of resources, such as paper and energy, and create wastes. Therefore, its policies regarding how they contribute to the conservation of energy and natural resources and recycling activities are important aspects of their social responsibility activities.

Di Indonesia sendiri, menurut Mulyanita (2009), alasan perusahaan perbankan melakukan pelaporan sosial adalah karena adanya perubahan paradigma pertanggungjawaban, dari manajemen ke pemilik saham menjadi manajemen kepada seluruh *stakeholder*. Hal ini ditegaskan oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (revisi 1998) paragraf sembilan yang secara implisit menyarankan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab terhadap masalah lingkungan dan sosial. Selain itu, menurut Mulyanita (2009), tantangan untuk menjaga citra perusahaan di masyarakat menjadi alasan mengapa suatu bank di Indonesia melakukan pelaporan sosial.

Salah satu jenis bank yang memainkan peranan penting dalam pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bank syariah. Menurut Meutia (2010), bank syariah seharusnya memiliki dimensi spiritual yang lebih banyak. Dimensi spiritual ini, lanjut Meutia (2010), tidak hanya menghendaki bisnis yang non riba, namun juga mampu memberikan kesejahteraan bagi masyarakat luas, terutama bagi golongan masyarakat ekonomi lemah. Sulaiman dan Willet (2003) menyatakan bahwa isu tanggung jawab sosial ini merupakan salah satu komponen penting yang harus diungkapkan perusahaan dalam laporannya. Bahkan, dalam

tulisannya, Maali, dkk (2003) telah melakukan spesifikasi sehubungan dengan pengungkapan sosial bagi bank syariah.

Selain itu, perkembangan yang pesat dari industri perbankan syariah Indonesia, menjadikan penelitian tentang tanggung jawab sosial pada bank syariah diperlukan. Hingga bulan Oktober tahun 2010, jumlah aset yang dimiliki perbankan syariah di Indonesia mencapai angka 79 miliar rupiah. Angka ini meningkat sekitar 39 persen jika dibandingkan tahun sebelumnya. Secara kelembagaan, perbankan syariah juga mengalami peningkatan. Tahun 2010, jumlah bank umum syariah meningkat menjadi 10 buah, bertambah 4 buah bila dibandingkan dengan tahun 2009. Selain itu, juga terjadi peningkatan secara institusional. Hal ini ditunjukkan dengan bertambahnya jaringan kantor perbankan syariah di Indonesia sekitar 400 buah. (Data Statistik Bank Indonesia Oktober 2010).

Menurut Muhamad (2002), bagi umat Islam kegiatan bisnis (termasuk bisnis perbankan) tidak akan pernah terlepas dari ikatan etika syariah. Muhamad (2002) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan akuntansi syariah adalah “konsep dimana nilai-nilai Al Quran harus dijadikan prinsip dasar dalam aplikasi akuntansi”. Kaitannya dengan penerapan pencatatan transaksi atau akuntansi, hal ini dinyatakan dalam firman Allah QS. Al Baqarah ayat 282 :

وَلْيَكْتُبْ^٥ فَاكْتُبُوهُ مُسَمًّى أَجَلٍ إِلَىٰ يَدَيَيْنِ تَدَايِنُكُمْ إِذَا مَاتُوا الَّذِينَ يَتَأْتِيهَا فَلْيَكْتُبْ^٦ اللَّهُ عَلَّمَهُ كَمَا يَكْتُبُ أَنْ كَاتِبٌ يَدْبُ وَلَا بِالْعَدْلِ كَاتِبٌ بَيْنَكُمْ الَّذِي كَانَ فَإِنْ شَيْئًا مِنْهُ يَبْخَسُ وَلَا رَبُّهُ اللَّهُ وَلْيَتَّقِ الْحَقُّ عَلَيْهِ الَّذِي وَلِيْمَلِ بِالْعَدْلِ وَلِيُّهُ فَلْيَمْلِلْ هُوَ يُمِلُّ أَنْ يَسْتَطِيعَ لَا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ سَهِيهًا الْحَقُّ عَلَيْهِ مِمَّنْ وَأَمْرَاتَانِ فَرَجُلٌ رَجُلَيْنِ يَكُونَا لَمْ فَإِنْ رَجَالِكُمْ مِنْ شَهِيدَيْنِ وَأَسْتَشْهِدُوا يَأْتِ وَلَا الْآخَرَىٰ إِحْدَهُمَا فَتُدْكَرَ إِحْدَهُمَا تَضِلُّ أَنْ الشَّهَدَاءِ مِنْ تَرْضَوْنَ أَجْلِيءَ إِلَىٰ كَبِيرًا أَوْ صَغِيرًا تَكْتُبُوهُ أَنْ تَسْعَمُوا وَلَا دُعُوا مَا إِذَا الشَّهَدَاءِ بِحِجْرَةٍ تَكُونُ أَنْ إِلَّا تَرْتَابُوا أَلَا وَأَدَقُّ لِلشَّهَادَةِ وَأَقْوَمُ اللَّهُ عِنْدَ أَقْسَطُ ذَلِكُمْ إِذَا وَأَشْهِدُوا^٧ تَكْتُبُوهَا أَلَا جُنَاحٌ عَلَيْكُمْ فَلَيْسَ بَيْنَكُمْ تُدِيرُوهَا حَاضِرَةً اللَّهُ وَأَتَّقُوا^٨ بِكُمْ فَسَوْفَ فَإِنَّهُ تَفْعَلُوا وَإِنْ شَهِيدٌ وَلَا كَاتِبٌ يُضَارُّ وَلَا تَبَايَعْتُمْ ﴿٥﴾ عَلَيْهِ شَيْءٌ بِكُلِّ وَاللَّهُ اللَّهُ وَيُعَلِّمُكُمْ

Artinya : “ Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berutang itu mengimlakkan apa yang ditulis itu, dan hendaklah ia bertaqwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripadanya. Jika yang berutang itu orang yang lemah akal atau lemah keadaannya atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, maka hendaklah wakilnya mengimlakkan dengan jujur dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang laki-laki di antara kamu....”.

Ayat di atas menyatakan bahwa setiap transaksi dalam Islam, baik tunai maupun kredit, harus dilakukan proses pencatatan, atau dengan kata lain akuntansi. Hal ini dimaksudkan agar penjual maupun pembeli lebih mudah dalam mempertanggungjawabkannya.

Hayati (2006) menyatakan peranan yang diharapkan dari Perbankan Syariah berdasarkan visi dan misi Perbankan Syariah pada UU No. 10 Tahun 1998 adalah :

1. Memberdayakan ekonomi umat dengan melakukan operasi secara transparansi
2. Memberikan return yang lebih baik
3. Mendorong pemerataan pendapatan
4. Mendorong penurunan spekulasi di pasar keuangan
5. Peningkatan efisiensi mobilisasi dana
6. *Uswah hasanah* implementasi moral dalam penyelenggara usaha bank

Haniffa dan Hudaib (2004) membuat tulisan mengenai pengungkapan dalam konteks institusi keuangan Islam. Mereka menuliskan bahwa ada dua jenis kontrak, yaitu kontrak eksplisit dan implisit. Kontrak eksplisit berupa hubungan antara perusahaan dengan berbagai pihak dalam bentuk dokumen yang ditandatangani. Sedangkan kontrak implisit berupa memberikan produk yang berkualitas, melayani konsumen dengan baik, memberikan lingkungan kerja yang nyaman bagi pegawai, memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat, melindungi lingkungan, dan sebagainya.

Wood (1991) menyatakan ada tiga prinsip tanggung jawab sosial, yaitu :

1. perusahaan adalah institusi sosial karenanya bertanggung jawab untuk menggunakan kekuatannya secara bertanggung jawab,
2. perusahaan bertanggung jawab terhadap keluaran yang berhubungan dengan keterlibatan dengan masyarakat, dan
3. individu dalam perusahaan adalah agen moral yang berkewajiban untuk menggunakan kebijaksanaan dalam membuat keputusan.

Menurut Meutia (2010) bentuk pertanggungjawaban tersebut adalah diungkapkannya atau dibuatnya suatu laporan pertanggungjawaban sosial.

Selanjutnya, Meutia (2010) menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan – *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)* – merupakan suatu cara bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan kepada para *stakeholders* bahwa perusahaan memberi perhatian pada pengaruh sosial dan lingkungan yang ditimbulkan perusahaan. Pengungkapan ini bertujuan untuk memperlihatkan aktivitas yang dilakukan perusahaan dan pengaruhnya bagi masyarakat.

Meutia (2010) menyatakan bahwa teori yang paling tepat untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan, dalam hal ini bank syariah, adalah *Shariah Enterprise Theory*. Hal ini karena dalam *Shariah Enterprise Theory*, Allah adalah sumber amanah utama. Sedangkan sumber daya yang dimiliki oleh para *stakeholders* adalah amanah dari Allah yang di dalamnya melekat sebuah tanggung jawab untuk menggunakan dengan cara dan tujuan yang ditetapkan oleh Sang Maha Pemberi Amanah.

Penelitian-penelitian sebelumnya tentang pelaporan tanggung jawab sosial di sektor perbankan terbatas pada pelaporan sosial yang dilakukan oleh bank-bank konvensional dan jarang membahas pelaporan sosial oleh perbankan syariah. Cuesta – Gonzales, dkk (2006) mencoba untuk meneliti kinerja sosial perusahaan perbankan utama di Spanyol melalui data publik yang mereka buat, seperti laporan sosial atau *sustainability report* dan sumber-sumber media.

Barako dan Brown (2010) mencoba untuk meneliti pengaruh perwakilan gender dan dewan direksi terhadap komunikasi dari pelaporan sosial perusahaan oleh bank di Kenya. Hasil dari analisis *multiple regression* mengindikasikan bahwa perwakilan dewan direksi meningkatkan komunikasi perusahaan secara fundamental. Tingkat perwakilan wanita dan dewan komisaris yang lebih tinggi juga meningkatkan tingkat pengungkapan.

Adelopo dan Moure (2010) melakukan sebuah penelitian untuk menguji efek dari perbedaan waktu dan struktur organisasi menurut negara terhadap pengungkapan CSR oleh bank-bank besar pada empat belas bank Eropa. Untuk membuktikan efek perbedaan waktu, peneliti membandingkan pengungkapan CSR di tahun 2005 dengan pengungkapan CSR di tahun 2008. Sedangkan untuk membuktikan efek perbedaan intitusi, peneliti meneliti pengaruh hukum negara dan budaya organisasi pada pengungkapan CSR oleh bank di negara yang menjadi objek penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bank melakukan pengungkapan CSR dengan cara yang sama, ditunjukkan oleh skor yang konstan pada dua periode tersebut. Penelitian tersebut juga menunjukkan hubungan yang signifikan antara hukum yang berlaku di suatu negara dan sifat pengungkapan yang dibuat oleh bank.

Penelitian-penelitian sebelumnya di Indonesia tentang pelaporan tanggung jawab sosial perbankan juga terbatas pada pelaporan tanggung jawab sosial oleh bank konvensional dan sangat jarang membahas mengenai perbankan syariah. Mulyanita (2009) meneliti tentang pengaruh biaya tanggung jawab sosial (biaya karyawan dan biaya produk) terhadap kinerja perusahaan (perubahan nilai saham).

Yuniarti (2007) meneliti tentang pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan dan informasi *web site* di sektor perbankan Indonesia dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian Yuniarti (2007) menguji tentang hubungan pengungkapan informasi CSR dengan ukuran perusahaan, status *listing* (*listed* atau *unlisted*), status kepemilikan (pemerintah atau swasta), dan jenis kegiatan usaha (devisa atau non devisa) .

Beberapa penelitian di atas menunjukkan bahwa penelitian-penelitian akuntansi selama ini hanya berfokus pada data-data yang bersifat angka-angka saja (kuantitatif), sangat sedikit sekali yang melakukan penelitian ini dengan menggunakan metode kualitatif.

Pelaporan CSR merupakan praktik yang dibentuk berdasarkan nilai-nilai norma yang berlaku di masyarakat. Pada sektor perbankan syariah, nilai-nilai norma yang digunakan adalah nilai-nilai agama Islam, atau disebut juga dengan nilai-nilai syariah.

Atas dasar argumen di atas, penelitian ini dimaksudkan untuk analisis kualitatif terhadap praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menggunakan konsep *Shariah Enterprise Theory* pada industri perbankan syariah di Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan hasil penelitian terdahulu yang telah dikemukakan, dapat terlihat bahwa penelitian tentang pelaporan sosial di sektor

perbankan sudah banyak dilakukan di beberapa negara. Namun penelitian tersebut hanya meneliti pelaporan sosial pada sektor perbankan konvensional.

Meutia (2010) menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu cara bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan kepada para *stakeholder* bahwa perusahaan memberi perhatian pada pengaruh sosial dan lingkungan yang ditimbulkan perusahaan. Selanjutnya Meutia (2010) menyatakan bahwa teori yang paling tepat untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan, dalam hal ini bank syariah, adalah *Shariah Enterprise Theory*. Hal ini karena dalam *Shariah Enterprise Theory* dijelaskan bahwa Allah adalah sumber amanah utama. Sedangkan sumber daya yang dimiliki oleh para *stakeholder* adalah amanah dari Allah yang di dalamnya melekat sebuah tanggung jawab untuk menggunakan dengan cara dan tujuan yang ditetapkan oleh Sang Maha Pemberi Amanah.

Atas dasar hal tersebut, penelitian ini dimaksudkan untuk memahami dan menganalisis pengungkapan tanggung jawab sosial bank syariah berdasarkan *Shariah Enterprise Theory* dengan berusaha menjawab pertanyaan berikut ini :

1. Bagaimana bank syariah mengungkapkan tentang tanggung jawab sosial perusahaannya ?
2. Apakah informasi-informasi terkait dengan tanggung jawab sosial yang diungkapkan oleh bank syariah sesuai dengan konsep dan karakteristik pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan *Shariah Enterprise Theory* ?

3. Mengapa bank syariah tidak melaporkan semua poin informasi sesuai dengan konsep *Shariah Enterprise Theory* ?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Memahami dan menganalisis informasi-informasi apa saja terkait dengan tanggung jawab sosial yang diungkapkan bank syariah.
2. Memahami dan menganalisis seberapa besar kesesuaian antara informasi terkait dengan tanggung jawab sosial yang diungkapkan bank syariah dengan konsep dan karakteristik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan *Shariah Enterprise Theory*.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini adalah sebuah usaha lanjutan untuk mencoba melakukan penelitian dengan pendekatan yang belum banyak dilakukan oleh mahasiswa khususnya mahasiswa ekonomi Universitas Diponegoro yaitu pendekatan kualitatif. Oleh karena itu penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan sebagai berikut :

- a. Bagi mahasiswa atau pembaca, hasil penelitian ini dapat menambah wacana yang menunjukkan bahwa penelitian akuntansi tidak semata-mata terfokus

pada angka-angka atau kuantitatif saja, akan tetapi dapat pula dilakukan dengan metode kualitatif.

- b. Bagi kalangan akademisi atau peneliti, hasil penelitian ini dapat dijadikan tambahan referensi dan dasar untuk melakukan penelitian yang sejenis pada masa yang akan datang.
- c. Bagi kalangan praktisi, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan praktik pengungkapan tanggung jawab sosial bagi bank syariah.

1.4. Sistematika Penulisan

Skripsi ini disusun dengan menggunakan metode kualitatif dimana tidak ada angka-angka yang bersifat hitungan. Skripsi ini terdiri dari lima bab yang disusun secara deskriptif.

BAB 1 merupakan bagian pendahuluan yang terdiri dari empat bagian, yaitu latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian yang diikuti dengan pertanyaan-pertanyaan penelitian mendasar, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

BAB 2 merupakan telaah pustaka yang terdiri dari tiga bagian, yaitu landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini, penelitian terdahulu yang pernah melakukan penelitian sejenis, dan kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB 3 adalah metode penelitian. Pada bab ini dibagi menjadi empat bagian, yaitu desain penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, objek penelitian, dan analisis data.

BAB 4 menyajikan hasil analisis dari penelitian yang dilakukan. Pada bagian ini disajikan hasil analisis terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan Bank Syariah Mandiri (BSM) dan Bank Muamalat Indonesia (BMI) dalam laporan tahunannya.

BAB 5 adalah bagian terakhir dari penelitian ini yaitu bagian penutup. Bagian penutup ini meliputi tiga bagian penting dari hasil penelitian, yaitu simpulan, keterbatasan penelitian yang dilakukan dan terakhir adalah saran bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Konsep tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan CSR Disclosure (CSRD)

2.1.5.1. Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Terdapat banyak pengertian mengenai *Corporate Social Responsibility* atau disebut juga tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Bowen (1953) dalam Douglas, dkk (2004, h.388), CSR adalah “... *an obligation to pursue policies to make decisions and to follow lines of action which are compatible with the objectives and values of society*”.

McGuire (1963), dalam Douglas, dkk (2004, h.388), mengartikan tanggung jawab sosial bukan hanya tentang kewajiban secara ekonomi dan hukum, namun juga kewajiban kepada pihak-pihak lainnya, di luar tanggung jawab ekonomi dan hukum perusahaan. Sedangkan menurut Carol (1991), dalam Achua (2008, h.58), CSR adalah “*an organization’s commitment to operate in an economically and environmentally sustainable manner while recognizing the interests of all its stakeholder*”.

Commission of the European Communities' (2001), dalam Decker (2004, h.714), memberikan pengertian CSR sebagai *"a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis"*. Sedangkan pengertian CSR menurut *World Business Council for Sustainable Development's* (2008) adalah

"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".

Dari beberapa pengertian tentang CSR di atas, dapat ditarik kesimpulan mengenai pengertian CSR, yaitu kewajiban atau komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan kehidupan masyarakat dan alam di sekitar lingkungan perusahaan.

2.1.5.2. Pengertian CSR Disclosure (CSR D)

Pada perusahaan, *disclosure* atau pelaporan merupakan konsekuensi atas aktivitas yang telah dilakukan. Hal ini juga berlaku pada aktivitas CSR. Setiap aktivitas CSR harus diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunannya (*annual report*) atau dalam media lainnya, seperti web perusahaan. Aktivitas pelaporan ini disebut *CSR Disclosure (CSR D)*.

CSR *Disclosure* (CSRSD) sendiri memiliki beberapa pengertian. Gray, dkk (1987) dalam Douglas, dkk (2004, h. 388) mengartikan pelaporan CSR 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*”.

Perks (1993) dalam Douglas, dkk (2004, h. 389) mengartikan pelaporan CSR sebagai “[*the*] *disclosure of those costs and benefits that may or may not be quantifiable in money terms arising from economic activities and substantially borne by the community at large or other stakeholders*”. Douglas, dkk (2004) menyebutkan bahwa aktivitas pelaporan CSR memiliki beberapa nama lain, seperti akuntansi sosial, pengungkapan sosial, pelaporan sosial, *social auditing*, *social review*, atau *sustainability reporting*.

Menurut *Centre for Corporate Governance* (CCG) (2005), dalam Barako dan Brown (2008, h. 310), pelaporan CSR meliputi

“... *disclose in summary the nature of the enterprise’s social responsibility and corporate citizenship activities, environmental, occupational health and safety, and workforce management policies and practices, and whether the enterprise has in place a code of ethics, and the general level of adherence to this code*”.

Sedangkan Morsing (2006) mengartikan pelaporan CSR sebagai “*communication that is designed and distributed by the company itself about its CSR efforts*”.

Dari pengertian-pengertian mengenai CSRSD di atas, dapat disimpulkan bahwa CSRSD adalah komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada para *stakeholder*-nya mengenai aktivitas CSR yang telah mereka lakukan.

2.1.2. Teori-Teori tentang CSR dan CSRD

Ada banyak alasan mengapa sebuah perusahaan melakukan atau tidak melakukan (*do or do not engage*) pengungkapan CSR (*CSR Disclosure-CSRD*) (Belal, 2008). Alasan-alasan tersebut, menurut Belal (2008), dapat dijelaskan menggunakan *political economy theory*, *legitimacy theory*, dan *stakeholder theory*. Menurut Deegan, dkk (2000), *legitimacy theory* dan *stakeholder theory* merupakan turunan dari *political economy theory*.

2.1.2.1. Political Economy Theory (PET)

Gray, dkk (1996, h. 47) menerjemahkan *political economy* sebagai kerangka ekonomi, sosial dan politik dimana kehidupan manusia berlangsung. Sedangkan menurut Guthrie dan Parker (1990, h.166) dalam Cunningham (n.d) :

“Perspektif ekonomi politik memandang laporan akuntansi sebagai dokumen sosial, politik, dan ekonomi. Dokumen-dokumen ini berfungsi sebagai alat untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi pengaturan ekonomi dan politik, lembaga, dan tema-tema ideologis yang berkontribusi untuk kepentingan pribadi korporasi. Pengungkapan memiliki kapasitas untuk mengirimkan sosial, politik, dan ekonomi arti untuk satu set pluralistik penerima laporan.”

Menurut Deegan (2003), *Political Economy Theory* dapat meluaskan level analisa seorang peneliti karena mempertimbangkan isu sosio-politik yang lebih luas yang akan berimplikasi pada bagaimana perusahaan beroperasi dan

informasi apa saja yang terpilih untuk diungkapkan. Gray, dkk (1996) berpendapat bahwa *Political Economy Theory* dapat dilihat dari sudut pandang ‘klasik’ maupun ‘borjuis’. Deegan (2000, h.252), mengartikan perspektif klasik sebagai:

“[tending] to perceive accounting reports and disclosures as a means of maintaining the favoured position of those who control scarce resources (capital) , and as a means of undermining the position of those without scarce capital. It focuses on the structural conflicts within society.”

Cunningham (n.d.) menjelaskan bahwa PET klasik berkaitan dengan karya dari Karl Marx dan berkaitan dengan keberadaan dari kepentingan kelompok, kekuasaan, dan konflik yang terjadi dalam masyarakat.

Berkebalikan dengan perspektif klasik, yang menempatkan struktur sosial dan konflik yang terjadi di masyarakat sebagai sentra analisis, menurut Belal (2008, h. 11), perspektif borjuis tidak mempertanyakan tentang struktur sosial dan kemungkinan pergerakan dalam masyarakat. Menurut Gray, dkk (1996), perspektif borjuis cenderung meneliti interaksi antara kelompok-kelompok dalam masyarakat (dengan kata lain, *stakeholder*) dalam sikap yang *neo-pluralistic*. Belal (2008, h. 12) menjelaskan bahwa perspektif *neo-pluralistic* berasumsi bahwa *stakeholder* yang berbeda mempunyai kekuatan yang berbeda untuk mempengaruhi keputusan perusahaan.

Pendekatan borjuis secara umum menolak “kepentingan kelompok tertentu, struktur masyarakat yang tidak adil, konflik, dan peran pemerintah” dan “berpendapat bahwa dunia secara esensial bersifat plural” (Gray, dkk 1995). Gray, dkk (1996) menyatakan bahwa pandangan pluralistik ini menolak eksistensi dari

kelompok kekuasaan tertentu dalam masyarakat dan berfokus pada interaksi kelompok dalam masyarakat sebagai suatu kesatuan. Aplikasi dari *legitimacy theory* dan *stakeholder theory* dalam pustaka tentang laporan akuntansi, sosial, dan lingkungan secara umum merupakan penjabaran dari pendekatan PET borjuis (Gray, dkk 1995).

2.1.2.2. *Legitimacy Theory*

Belal (2008, h.13) berargumen bahwa *legitimacy theory* mencerminkan perspektif borjuis dari PET. Menurut Belal (2008), hal ini karena menyangkut negosiasi sendiri dengan organisasi-masyarakat di dunia yang pluralistik.

Menurut Guthrie, dkk (2007), *legitimacy theory* berasal dari konsep legitimasi organisasi. Konsep legitimasi organisasi didefinisikan oleh Dowling dan Pfeffer (1975, h. 122), dalam Guthrie, dkk (2007), sebagai:

“... kondisi atau status yang terjadi ketika sistem nilai suatu entitas yang digunakan sesuai dengan sistem nilai dari sistem sosial yang lebih luas yang merupakan entitas bagian. Ketika disparitas, aktual atau potensial, ada antara kedua sistem nilai, ada ancaman bagi entitas legitimasi.”

Legitimacy theory berpandangan bahwa terdapat “kontrak sosial” antara perusahaan dengan lingkungan tempat perusahaan beroperasi (Deegan, dkk 2002).

Konsep “kontrak sosial” ini, menurut Shocker dan Sethi (1973, h.67), adalah:

“*Any social institution – and business is no exception – operates in society via a social contract, expressed or implied, whereby its survival and growth are based on:*
(1) the delivery of some socially desirable ends to society in general; and

(2) the distribution of economic, social or political benefits to groups from which it derives its power.” (Guthrie, dkk 2007)

Sedangkan menurut Deegan, dkk (2000), kontrak sosial digunakan untuk menjelaskan tentang anggapan dari masyarakat tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan beroperasi. Khususnya bila mengenai terancamnya hidup sebuah perusahaan akibat masyarakat menganggap bahwa perusahaan telah melanggar kontrak sosial (Deegan, dkk 2002). Apabila masyarakat tidak puas akibat dari perusahaan yang tidak menjalankan operasinya dengan cara yang sah, maka masyarakat akan mencabut “kontrak” perusahaan untuk meneruskan operasinya (Deegan dan Rankin, 1997)

2.1.2.3. Stakeholder Theory

Gray, dkk (1995, h.53) berargumen bahwa *stakeholder theory* adalah (biasanya) pandangan borjuis secara eksplisit di dunia dilihat dari perspektif manajemen organisasi yang peduli strategis dengan kesuksesan perusahaan. Gray, dkk (1995, h. 53) menegaskan bahwa dalam *stakeholder theory*:

“the corporation’s continued existence requires the support of the stakeholders and their approval must be sought and the activities of the corporation adjusted to gain that approval. The more powerful the stakeholders, the more the company must adapt. Social disclosure is thus seen as part of the dialogue between the company and its stakeholders.”

Menurut Jones dan Wicks (1999, h.207), seperti dikutip Belal (2008,h.18), prinsip dasar dari *stakeholder theory* adalah :

1. Perusahaan memiliki hubungan dengan banyak kelompok utama (*stakeholders*-pemegang kepentingan) yang mempengaruhi dan dipengaruhi keputusan perusahaan.

2. *Stakeholder theory* membahas tentang sifat dari hubungan-hubungan tersebut dalam kerangka proses dan hasil hubungan tersebut bagi perusahaan dan *stakeholder*-nya.111
3. Kepentingan dari para *stakeholder* (legitimasi) punya nilai intrinsik dan diasumsikan tidak ada kepentingan yang mendominasi lainnya.
4. *Stakeholder theory* berfokus pada pembuatan keputusan manajerial.

Menurut Gray, dkk (1997, h. 333), *stakeholder theory* menfokuskan diri pada cara organisasi memajemen para *stakeholder*-nya. Ullman (1985) berargumen bahwa kekuatan dari *stakeholder* tergantung dari bentuk strategi yang digunakan oleh perusahaan. Menurut Ulman (1985, h. 552), bentuk strategi perusahaan adalah ” *the mode of response of an organization’s key decision makers towards social demands*”. Jadi, *stakeholder theory* memandang dunia dari perspektif manajer perusahaan (Gray, dkk 1995)

2.1.3. Teori Komunikasi Aksi Habermas

Teori Komunikasi Aksi milik Habermas merupakan salah satu bentuk teori kritis yang berusaha untuk memperbarui Teori Kritis Mazhab Frankfurt. Dalam buku *The Theory of Communicative Action*, Habermas menganalisa interaksi sosial dan menyebutnya sebagai *lifeworld*.

Lifeworld seperti didefinisikan Habermass (1983, h.126) merupakan :

“The transcendental site where the speaker an the hearer meet, where they can reciprocally raise claims that their utterances fit the world (objective, social, or subjective), and where they can criticize and confirm those validity claims, settle their disagreements and arrive at agreement.”

Lifeworld secara sederhana diartikan Sawarjuwono (1995, h.13) sebagai “interactions which are based on immaculate interest and needs inherent in human beings and aimed at reaching towards mutual understanding”. Segala sesuatu dalam kehidupan atau aktivitas manusia yang dilihat sebagai suatu interaksi yang mengikuti mekanisme *lifeworld*, hal tersebut adalah suatu interaksi sosial. Terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai suatu *knowledge*, maka hal ini juga dapat dilihat sebagai suatu interaksi sosial.

Teori Komunikasi Aksi merupakan teori yang memandang masyarakat melalui paradigma komunikasi. Dalam teori ini, menurut Sawarjuwono (1995), terdapat beberapa konsep fundamental yang dapat diterapkan. Konsep pertama adalah peran dari manusia (*human actors*) dalam kerangka hubungan antar subjek untuk mencapai suatu kesepakatan. Teori ini memberikan penekanan pada lebih pentingnya hubungan antara *human actors* dan alasannya. Mekanisme tindakan sosial ini berasal dari konsep kedua, yaitu rasionalitas. Tindakan sosial dianggap rasional jika bertujuan untuk mengkoordinasikan tindakan mendatang yang dipengaruhi melalui pencapaian pemahaman bersama (*mutual understanding*). Konsep ketiga adalah cara memandang proses sosial. Proses sosial dapat dilihat melalui dua sudut pandang. Proses sosial dapat dilihat sebagai *lifeworld* dari kelompok sosial dimana tindakan dikoordinasikan melalui orientasi tindakan yang harmonis. Tindakan sosial dapat juga dipandang sebagai *self-regulating system*, yang artinya masyarakat bertindak dan berperilaku untuk menyesuaikan diri dengan sistem sosial yang ada. Konsep keempat teori ini adalah *steering media*,

terutama *money* dan *power*. Konsep ini memandang adanya mekanisme lain yang mempengaruhi proses sosial.

Lifeworld, lebih lanjut dijelaskan oleh Habermas (1983) terdiri dari dua struktur, yaitu *symbolic* dan *material reproductions*. Struktur *symbolic reproductions* dihasilkan melalui pencarian pengetahuan yang valid, stabilisasi solidaritas kelompok, dan sosialisasi aktor yang bertanggung jawab. Sementara *material productions* mengambil tempat melalui media yang bertujuan dimana individu-individu melakukan intervensi dalam *lifeworld* untuk merealisasikan tujuannya.

Melalui mekanisme system, Habermas (1983) ingin menjelaskan bahwa sistem merujuk kepada tindakan yang terkoordinasi melalui keberadaan institusi, terutama melalui *steering media*, yaitu *money* dan *power*. Kedua media ini mempengaruhi interaksi sosial dalam berbagai bentuk. *Money* mempengaruhi keputusan dari sudut pandang *profit and loss* serta perhitungan ekonomis lainnya, sedangkan *power* mempengaruhi interaksi melalui tekanan institusi atau administrasi dan birokrasi.

2.1.4. Memahami CSRD sebagai Suatu *Lifeworld*

CSRD yang berakar pada *Social Responsible Accounting* merupakan suatu konsep mengenai bagaimana perusahaan seharusnya bertindak terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Dapat dipahami bahwa CSRD merupakan

suatu bentuk interaksi sosial yang merupakan hasil dari suatu refleksi diri dimana dalam hal ini memiliki kesadaran baru untuk mengubah eksistensinya.

Menurut Gray, dkk (1996), akuntansi sosial adalah suatu usaha untuk menyediakan akun-akun tambahan yang dapat menjabarkan konsekuensi dari tindakan ekonomi yang tidak terefleksi dalam biaya yang ditanggung oleh organisasi yang menikmati manfaat dari aktivitas. Usaha ini dapat dipandang sebagai suatu interaksi sosial yang muncul dari proses refleksi diri, dalam hal ini *social integration* (interaksi sosial yang terjadi di masyarakat karena kebutuhan alami). Sementara praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terkait dengan kebijakan untuk memilih informasi apa saja yang harus diungkapkan dapat dipandang sebagai suatu *system integration* (interaksi sosial yang dipengaruhi mekanisme system) yang dipengaruhi oleh banyak kepentingan, khususnya *money* dan *power*. *Social integration* dan *system integration* inilah yang membentuk *lifeworld* dari pengungkapan tanggung jawab sosial.

2.1.5. Nilai-Nilai Syariah

Islam memiliki pesan yang sejalan dengan konsep dari tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini sebagaimana disimpulkan Kamla, dkk (2006) bahwa:

“Islamic principles constitute a love of nature, and of people: the self and others, and an awareness of the importance of balance and the need to take reasoned actions to preserve this balance.”

Zinkin dan Williams (2006) juga menyimpulkan hal yang kurang lebih sama, bahwa Islam bukan hanya cocok dengan prinsip-prinsip dalam UN *Global Impact*, Islam bahkan melebihinya.

Maali, dkk (2003) menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dari bank-bank Islam seharusnya dilakukan berdasarkan perspektif Islam atas *accountability*, *social justice*, dan *ownership*. Sedangkan menurut Meutia (2010), terdapat beberapa prinsip yang sebetulnya menggambarkan adanya hubungan antara manusia dan Penciptanya, yaitu Allah SWT. Prinsip-prinsip ini adalah berbagi dengan adil, *rahmatan lil alamin* (rahmat bagi seluruh alam), dan *maslaha* (kepentingan masyarakat).

2.1.5.1. Prinsip Berbagi dengan Adil

Kata berbagi dalam Islam dinyatakan dalam banyak perintah Tuhan melalui zakat, infak, dan sedekah (Meutia, 2010). Konsep ini, menurut Meutia (2010), mengajarkan bahwa dalam setiap harta ada bagian atau hak untuk makhluk Tuhan yang lain. Dalam ajaran Islam, banyak sekali perintah yang mengingatkan manusia untuk berbagi kepada sesama, antara lain :

فِيهِ بَيْعٌ لَّا يَوْمٌ يَأْتِيهِ أَن قَبْلَ مَن رَزَقْنَاكُم مِّمَّا أَنْفَعُوا ءَامِنُوا الَّذِينَ يَتَأْتِيهَا
الظَّالِمُونَ هُمْ وَالْكَافِرُونَ شَفَعَةٌ وَلَا حُجَّةَ وَلَا

Artinya: “*Hai orang-orang beriman, infakkanlah sebagian Rezeki yang telah Kami berikan kepadamu sebelum datang hari ketika tidak ada lagi jual beli, tidak ada lagi persahabatan, dan tidak ada lagi syafaat.*” (QS. Al Baqarah: 254)

وَنَزَقْنَاهُمْ وَمِمَّا الصَّلَاةِ يُقِيمُونَ الَّذِينَ

Artinya: “...yaitu orang-orang yang melaksanakan zakat dan menginfakkan sebagian rezeki yang Kami berikan kepada mereka.” (QS. Al Anfal: 3)

بِالْمَعْرُوفِ وَأَمْرُوا الزُّكُوةَ وَآتَوْا الصَّلَاةَ أَقَامُوا الْأَرْضِ فِي مَكْنَهُمْ إِنْ الَّذِينَ
الْأُمُورِ عِنْفَةً وَإِلَى الْمُنْكَرِ

Artinya: “*Orang-orang yang jika Kami berikan kedudukan di bumi, mereka melaksanakan shalat, menunaikan zakat, dan menyuruh berbuat ma’ruf (baik), dan mencegah dari yang munkar (jahat), dan kepada Allah lah kembali semua urusan.*” (QS. Al Hajj:41)

Menurut Meutia (2010), berbagi bermakna memberikan apa yang dimiliki seseorang kepada orang lain. Selain itu, menurut Meutia (2010), berbagi juga dimaknai sebagai berbagi hal yang non-materiil, seperti berbagi kebaikan serta menjalankan *amar ma’ruf nahi munkar* (saling menasehati atau mengajurkan berbuat kebaikan dan mencegah kejahatan). Dalam praktik perbankan syariah, hal ini bisa dimaknai sebagai aktivitas untuk ikut mendukung program-program

kebaikan bagi manusia dan lingkungan ataupun ikut serta mencegah timbulnya kerusakan di muka bumi.

2.1.5.2. Prinsip *Rahmatan Lila'lamin* (Menjadi Rahmat bagi seluruh Alam)

Prinsip *rahmatan lil'alamin* bermakna keberadaan manusia seharusnya bisa menjadi manfaat bagi makhluk Tuhan lainnya (Meutia, 2010). Dalam kerangka bank syariah, maka manfaat keberadaan bank syariah seharusnya dapat dirasakan oleh semua pihak baik yang terlibat maupun tidak terlibat langsung dalam aktivitas perbankan syariah. Menurut Meutia (2010), bentuk *rahmat* atau keberpihakan ini dapat berupa pemberian zakat, infak, dan sedekah maupun pemberian pembiayaan kepada para pengusaha kecil.

Prinsip *rahmatan lil'alamin* ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Al Quran :

﴿لِلْعَالَمِينَ رَحْمَةً إِلَّا أَرْسَلْنَاكَ وَمَا﴾

Artinya: “Dan tiadalah kami mengutus kamu (Muhammad) melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam (*rahmatan lil'alamin*).” (QS. Al Anbiya’: 107)

Sebagai agama yang *rahmatan lil'alamin*, agama Islam, sebagaimana dinyatakan Meutia (2010), penuh dengan nilai-nilai persaudaraan, persatuan, cinta, dan kasih sayang sesama manusia. Agama Islam sangat menganjurkan untuk saling menjaga

dan memelihara sesama manusia. Hal ini termasuk menjaga kelestarian lingkungan alam maupun menjaga kehidupan sesama manusia.

Meutia (2010) menjelaskan bahwa meningkatkan kesejahteraan *stakeholders* merupakan bagian dari upaya menjadi *rahmatan lil' alamin* dan menjadi tujuan ekonomi syariah. Kesejahteraan yang dimaksud adalah kesejahteraan material dan spiritual (*nafs, faith, intellect, posterity, dan wealth*). Kesejahteraan dalam tujuan syariah, dinyatakan Al Ghazali dalam Meutia (2010), tidak diperuntukkan bagi pemilik modal saja, namun bagi kepentingan semua *stakeholders (maslaha)*.

2.1.5.3. Prinsip *Maslahah* (Kepentingan Masyarakat)

Kemaslahatan atau dalam bahasa arabnya "*maslahah*" diartikan Al Ghazali, seperti dikutip Kamali (1986), sebagai :

“considerations which secure a benefit or prevent a harm but which are, simultaneously, harmonious with the objectives (maqasid) of the Shari'ah. These objectives consist of protecting the five `essential values', namely religion, life, intellect, lineage and property.”

Sedangkan Khallaf dan Badran, dalam Kamali (1986), mendefinisikan *maslahah* sebagai:

“unrestricted public interest in the sense of its not having been regulated by the Law giver insofar as no textual authority can be found on its validity or otherwise”

Menurut Meutia (2010), mengutamakan kepentingan masyarakat (umat) dalam bentuk menjaga keimanan, kehidupan, keturunan, intelektual, dan kesejahteraan

merupakan tujuan ekonomi syariah, yang seharusnya menjadi prioritas dari bank syariah.

Al Shatibi, dalam Kamali (1986), mengkategorikan *maslahah* dalam tiga kelompok, yaitu *essentials (daruriyyat)*, *complementary (hajiyyat)*, dan *embellishment (tahsiniyyat)*. *Daruriyyat* didefinisikan Al Shatibi, dalam Kamali (1986), sebagai pemenuhan kepentingan-kepentingan pokok dalam hidup yang berkaitan dengan pencapaian tujuan syariah, yaitu melindungi *faith* (iman), *life* (kehidupan), *intellect* (akal), *posterity* (keturunan), dan *wealth* (harta). *Hajiyyat*, dijelaskan Al Shatibi dalam Kamali (1986), merujuk pada kepentingan tambahan yang bila diabaikan dapat menimbulkan kesulitan, namun tidak sampai merusak kehidupan normal. Sedangkan *tahsiniyyat*, diartikan Al Shatibi dalam Kamali (1986), sebagai kepentingan yang berfungsi untuk menyempurnakan kepentingan pada level sebelumnya.

Menurut Meutia (2010), penggunaan prinsip *maslahah* sangat penting dalam praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perbankan syariah. Hal ini karena dapat memberikan panduan yang jelas mengenai kepentingan apa dan siapa yang harus didahulukan supaya tidak timbul ketidakadilan.

2.1.6. *Shariah Enterprise Theory*

Shariah Enterprise Theory merupakan *enterprise theory* yang telah diinternalisasi dengan nilai-nilai Islam guna menghasilkan teori yang

transendental dan lebih humanis. *Enterprise theory*, seperti telah dibahas oleh Meutia (2010), merupakan teori yang mengakui adanya pertanggungjawaban tidak hanya kepada pemilik perusahaan saja melainkan kepada kelompok *stakeholders* yang lebih luas. *Enterprise theory*, menurut Triyuwono (2003), mampu mewartakan kemajemukan masyarakat (*stakeholders*), hal yang tidak mampu dilakukan oleh *proprietary theory* dan *entity theory*. Hal ini karena konsep *enterprise theory* menunjukkan bahwa kekuasaan ekonomi tidak lagi berada di satu tangan (*shareholders*), melainkan berada pada banyak tangan, yaitu *stakeholders* (Triyuwono, 2003). Oleh karena itu, *enterprise theory* ini lebih tepat untuk bagi suatu sistem ekonomi yang mendasarkan diri pada nilai-nilai syariah. Hal ini sebagaimana dinyatakan Triyuwono (2003, h. 83) bahwa “diversifikasi kekuasaan ekonomi ini dalam konsep syari’ah sangat direkomendasikan, mengingat syari’ah melarang beredarnya kekayaan hanya di kalangan tertentu saja.”. Namun demikian, menurut Slamet (2001), *enterprise theory* masih perlu diinternalisasi dengan nilai-nilai Islam agar dapat digunakan sebagai teori dasar bagi suatu ekonomi dan akuntansi Islam.

Shariah enterprise theory dapat dikatakan merupakan suatu *social integration* yang berawal dari adanya kepentingan emansipatoris untuk membebaskan *knowledge* yang selalu terperangkap dalam dunia materiil menjadi suatu *knowledge* yang juga mempertimbangkan aspek non materiil. Aspek non materiil yang dimaksud adalah aspek spiritual atau nilai-nilai Illahi.

Knowledge, dalam hal ini *shariah enterprise theory*, merupakan suatu hasil refleksi diri yang berusaha memahami bahwa selain tindakan rasional

bertujuan, yang merupakan tindakan dasar dalam hubungan manusia dengan alam, serta tindakan komunikasi dalam hubungan dengan sesama sebagai objek; terdapat tindakan dasar lain terkait dengan hubungan manusia dengan Penciptanya. Hubungan ini disebut hubungan “**abduh (obey, obedient, penghambaan)**”. Maka yang berlaku dalam *shariah enterprise theory* adalah Allah sebagai sumber utama, karena Dia adalah pemilik yang tunggal dan mutlak. Sumber daya yang dimiliki oleh para *stakeholders* pada dasarnya adalah amanah dari Allah yang di dalamnya melekat sebuah tanggung jawab untuk menggunakannya dengan cara dan tujuan yang telah ditetapkan oleh Sang Pemberi Amanah. Sehingga tujuan dari penggunaan sumber daya ini tidak lain adalah untuk mendapatkan *mardhatillah* (ridho/ijin Allah). Tujuan ini dapat dicapai jika si hamba menggunakan sumber daya dengan cara yang dapat membuatnya menjadi *rahmatan lil alamin* (membawa rahmat bagi seluruh isi alam).

Nilai-nilai spiritual seperti yang diuraikan di atas, yaitu *abduh*, *mardhatillah*, dan *rahmatan lil alamin*, merupakan nilai-nilai yang telah melekat dalam *shariah enterprise theory*.

2.1.7. Konsep dan Karakteristik Pengungkapan CSR menurut *Shariah Enterprise Theory*

Shariah enterprise theory mengajukan beberapa konsep terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial sebuah perusahaan, terutama pada perbankan syariah. Konsep-konsep tersebut, dijelaskan Meutia (2010), adalah :

1. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan bentuk akuntabilitas manusia terhadap Tuhan dan karenanya ditujukan untuk mendapatkan ridho (legitimasi) dari Tuhan sebagai tujuan utama.
2. Pengungkapan tanggung jawab sosial harus memiliki tujuan sebagai sarana pemberian informasi kepada seluruh *stakeholders* (*direct, in-direct*, dan alam) mengenai seberapa jauh institusi tersebut telah memenuhi kewajiban terhadap seluruh *stakeholders*.
3. Pengungkapan tanggung jawab sosial adalah wajib (*mandatory*), dipandang dari fungsi bank syariah sebagai salah satu instrumen untuk mewujudkan tujuan syariah.
4. Pengungkapan tanggung jawab sosial harus memuat dimensi material maupun spriritual berkaitan dengan kepentingan para *stakeholders*.
5. Pengungkapan tanggung jawab sosial harus berisikan tidak hanya informasi yang bersifat kualitatif, tetapi juga informasi yang bersifat kuantitatif.

Selain itu, *shariah enterprise theory* mengajukan beberapa karakteristik terkait tema dan *item* yang diungkapkan dalam laporan tanggung jawab sosial perusahaan perbankan syariah. Karakteristik-karakteristik ini, menurut Meutia (2010), adalah:

1. Menunjukkan upaya memenuhi akuntabilitas vertikal terhadap Tuhan dan akuntabilitas horizontal terhadap *direct stakeholders*, *indirect stakeholders*, dan alam.
2. Menunjukkan upaya memenuhi kebutuhan material dan spiritual seluruh *stakeholders*, sebagai bagian dari upaya untuk memenuhi konsep keseimbangan.
3. Mengungkapkan informasi kualitatif dan kuantitatif sebagai upaya untuk memberikan informasi yang lengkap dan menyeluruh.

2.1.8. Item Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Meutia (2010) mengatakan terdapat beberapa dimensi yang ditawarkan oleh *shariah enterprise theory* dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, terutama oleh perbankan syariah. Dimensi-dimensi tersebut, menurut Meutia (2010), adalah akuntabilitas vertikal dan akuntabilitas horizontal.

Akuntabilitas vertikal ini, dinyatakan oleh Meutia (2010), ditujukan hanya kepada Tuhan. Beberapa contoh *item* yang bertujuan menunjukkan akuntabilitas vertikal kepada Tuhan menurut *shariah enterprise theory* adalah adanya opini Dewan Pengawas Syariah dan adanya pengungkapan mengenai fatwa dan aspek operasional yang dipatuhi dan tidak dipatuhi beserta alasannya.

Sedangkan akuntabilitas horizontal, menurut Meutia (2010), ditujukan kepada tiga pihak, yaitu *direct stakeholders*, *indirect stakeholders*, dan alam.

Pihak-pihak yang disebut *direct stakeholders* menurut *shariah enterprise theory* adalah nasabah dan karyawan. Sedangkan pihak yang termasuk *indirect stakeholders* menurut *shariah enterprise theory* adalah komunitas.

Beberapa *item* pengungkapan tanggung jawab sosial yang menunjukkan akuntabilitas horizontal kepada nasabah menurut *shariah enterprise theory*, seperti diungkapkan Meutia (2010), adalah adanya pengungkapan kualifikasi dan pengalaman anggota Dewan Pengawas Syariah (DPS), laporan tentang dana zakat dan *qardhul hasan* serta audit yang dilakukan terhadap laporan tersebut, informasi produk dan konsep syariah yang mendasarinya, penjelasan tentang pembiayaan dengan skema *Profit and Loss Sharing* (PLS), dan penjelasan tentang kebijakan/usaha untuk mengurangi transaksi non-syariah di masa mendatang. Sedangkan, beberapa *item* yang mengungkapkan adanya akuntabilitas horizontal kepada karyawan menurut *shariah enterprise theory* adalah adanya pengungkapan mengenai kebijakan tentang upah dan remunerasi, kebijakan mengenai pelatihan yang meningkatkan kualitas spiritual karyawan dan keluarganya, ketersediaan layanan kesehatan dan konseling bagi karyawan, dan kebijakan non diskriminasi yang diterapkan pada karyawan dalam hal upah, *training*, dan kesempatan meningkatkan karir. (Meutia, 2010)

Meutia (2010) memberikan beberapa *item* yang menunjukkan akuntabilitas kepada *indirect stakeholders*, dalam hal ini komunitas, berdasarkan *shariah enterprise theory*. *Item* tersebut antara lain adanya pengungkapan tentang inisiatif untuk meningkatkan akses masyarakat luas atas jasa keuangan bank Islam, kebijakan pembiayaan yang mempertimbangkan isu-isu diskriminasi dan HAM,

kebijakan pembiayaan yang mempertimbangkan kepentingan masyarakat banyak, dan kontribusi yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat di bidang agama, pendidikan, dan kesehatan.

Sedangkan *item* pengungkapan yang menunjukkan akuntabilitas horizontal kepada alam menurut *shariah enterprise theory*, sebagaimana dinyatakan Meutia (2010), adalah adanya pengungkapan tentang kebijakan pembiayaan yang mempertimbangkan isu-isu lingkungan, menyebutkan jumlah pembiayaan yang diberikan kepada usaha-usaha yang berpotensi merusak lingkungan dan alasan memberikan pembiayaan tersebut, dan usaha-usaha untuk meningkatkan kesadaran lingkungan pada pegawai.

Rincian lebih lanjut mengenai *item* pengungkapan tanggung jawab sosial menurut *shariah enterprise theory* dilampirkan pada bagian lampiran tabel 2.1 dan tabel 2.2.

2.2. Penelitian Terdahulu

Hingga saat ini telah dilakukan banyak penelitian internasional mengenai CSR yang dilakukan oleh perusahaan perbankan. Penelitian-penelitian ini meneliti tentang CSR pada industri perbankan dari berbagai sudut pandang, mulai dari motivasi dan praktik tanggung jawab sosial, media pengungkapan tanggung jawab sosial, hingga hal-hal yang mempengaruhi bentuk praktik dan pengungkapan CSR di sektor perbankan. Berikut ini adalah beberapa contoh penelitian yang berkaitan

dengan motivasi, praktik, media pengungkapan, serta hal-hal yang mempengaruhi praktik dan pengungkapan CSR oleh perusahaan perbankan.

Decker (2004) mencoba meneliti pengaruh konsep CSR sebagai salah satu elemen perubahan struktural yang berimplikasi pada strategi perusahaan dan akhirnya berpengaruh pada industri. Paradigma perubahan struktural dibangun untuk menguji tren yang muncul di dalam sektor perbankan retail akibat adanya CSR. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR meningkatkan usaha untuk menciptakan kelebihan kompetitif dari strategi CSR, pembuatan kebijakan pemerintah yang mendukung kerjasama antar institusi keuangan, dan usaha kerjasama di antara institusi keuangan di Inggris.

Douglas, dkk (2004) mencoba menggunakan kerangka kerja *four-state* untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan keuangan Irlandia. Douglas, dkk (2004) berargumen bahwa organisasi yang baik seharusnya lebih peka terhadap keadaan sosial di sekitarnya, dan hal ini dapat dilihat dalam pelaporan aktivitasnya. Penelitian terhadap enam institusi keuangan di Irlandia digunakan untuk mendemonstrasikan penjabaran laporan sosial pada laporan tahunan dan *web site* perusahaan dengan cara menempatkannya dalam kerangka kerja *four – state*. Analisa menunjukkan kualitas dan kuantitas pengungkapan sosial yang baik dari bank-bank Irlandia di laporan tahunanyang diteliti, berdasarkan pedoman dari bank-bank Eropa. Lebih jauh lagi, penelitian ini menunjukkan bahwa bank-bank Irlandia lebih banyak mengungkapkan informasi sosial mereka di *web site* daripada di laporan tahunan.

Branco dan Rodrigues (2006) meneliti apakah bank-bank di Portugis menggunakan media situs internet atau laporan tahunan untuk pengungkapan informasi tanggung jawab sosial. Metodologi penelitian yang digunakan adalah dengan memeriksa informasi tanggung jawab sosial yang diungkapkan melalui internet oleh bank-bank di Portugis di tahun 2004 dan dibandingkan dengan informasi tanggung jawab sosial yang diungkapkan pada laporan tahunan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bank-bank di Portugis lebih mementingkan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial pada laporan tahunan daripada melalui internet.

Zappi (2007) melakukan penelitian tentang CSR, dari sudut pandang Asosiasi Perbankan Italia (Associazione Bancaria Italiana – ABI) sebagai manajemen strategik perusahaan, yang berorientasi *multistakeholder* dan berhati-hati dalam menghasilkan nilai bagi pihak-pihak yang berhubungan dan bertransaksi sehari-hari. Bentuk pendekatan strategik ini, yang mana menimbulkan variasi aktivitas dari berbagai perusahaan yang berbeda, ditanggung oleh bank-bank yang memiliki andil pada subjek tersebut. Kontribusi ini menekankan pada kerangka kerja pengembangan CSR yang logis oleh ABI, bank-bank yang berkaitan serta, para pemegang kepentingan yang ada, sambil menganalisa manfaat dari hubungan perusahaan dengan *stakeholders*. Penelitian ini menghasilkan pendekatan modular bagi CSR dan kebutuhan akan CSR terintegrasi bagi bank yang “berorientasi strategik fundamental”, untuk mengarahkan CSR ke jantung teori dan praktek bisnis.

Achua (2008) meneliti tentang CSR sebagai syarat yang diprioritaskan bagi terbentuknya stabilitas dalam masa reformasi sektor perbankan di Nigeria. Achua (2008) berusaha untuk memaparkan teori tentang CSR dan meninjaunya pada peraturan dan praktek yang berkaitan dengan sistem perbankan di Nigeria. Penelitian ini menemukan bahwa sifat mementingkan diri sendiri, lemahnya kebijakan yang dibuat, lingkungan makro ekonomi yang tidak menguntungkan, dan praktik korupsi pada sistem perekonomian menjadi hambatan utama pelaksanaan CSR pada sistem perbankan Nigeria.

Chomvilailuk dan Butcher (2010) mencoba untuk menginvestigasi efek dari tiga inisiatif CSR terhadap pemilihan merk dagang pada sektor perbankan Thailand. Penelitian ini menggunakan desain penelitian eksperimental subjek antara 2x2x2 untuk menguji hipotesis di lingkungan bank. Penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga inisiatif CSR memiliki efek yang kecil namun signifikan pada pemilihan merk dagang.

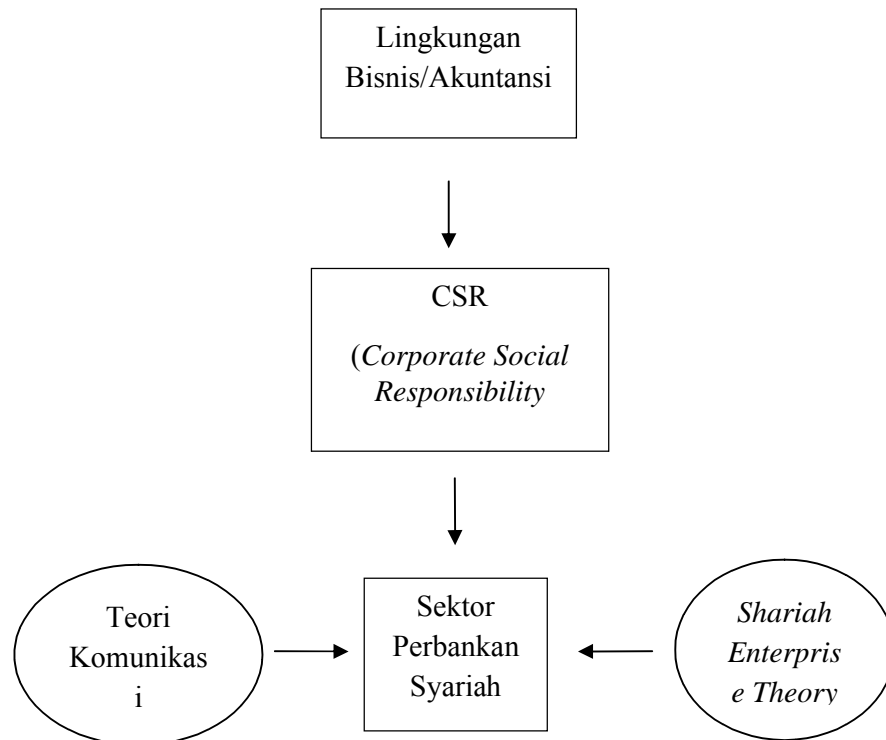
Khan (2010) mencoba meneliti tentang informasi pelaporan CSR pada bank-bank komersial terdaftar di Bangladesh dan mengeksplorasi efek dari elemen *corporate governance* (CG) terhadap pengungkapan CSR. Metode yang digunakan adalah *multiple regressions* pada laporan tahunan semua bank komersial swasta (Private Commercial Banks – PCB) untuk tahun 2007 – 2008, serta mempertimbangkan tiga elemen CG, yaitu direksi non-eksekutif, keberadaan direksi asing, dan kehadiran wanita di dewan direksi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan walaupun sukarela, pelaporan CSR oleh PCB di Bangladesh cenderung rendah, namun variasi dari item yang dilaporkan sangat mengesankan.

Dari penelitian-penelitian di atas ditemukan bahwa strategi manajemen dan syarat untuk terciptanya stabilitas industri pada masa reformasi menjadi motivasi praktik dan pengungkapan CSR oleh perusahaan perbankan. Selain itu, terdapat beberapa penelitian tentang cara mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan perbankan. Beberapa penelitian di atas juga membahas bagaimana cara perusahaan mengungkapkan informasi kegiatan CSR yang telah dilakukan. Pengungkapan informasi CSR melalui *web site* perusahaan dan pengungkapan melalui laporan tahunan perusahaan menjadi cara perusahaan mengungkapkan dan melaporkan kegiatan-kegiatan CSR yang telah dilakukan. Penelitian mengenai pengungkapan CSR oleh perusahaan perbankan dapat dikatakan masih sedikit, bahkan belum ada penelitian yang membahas tentang pengungkapan tanggung jawab sosial oleh perbankan syariah. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba melakukan analisis studi empiris terhadap praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menggunakan konsep *Shariah Enterprise Theory* pada industri perbankan syariah di Indonesia.

2.3. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian landasan teori mengenai CSR, CSRD, dan teori-teori yang mempengaruhi keduanya, pembahasan mengenai bagaimana perbankan

syariah mengungkapkan kegiatan-kegiatan CSR-nya dalam penelitian ini menggunakan gambar di bawah.



Catatan : arah panah tidak menunjukkan hubungan korelasi namun logika berpikir dalam memahami pengungkapan CSR oleh perbankan syariah

Lingkungan bisnis/akuntansi adalah segala sesuatu yang mempengaruhi aktivitas bisnis/akuntansi dalam suatu lembaga atau organisasi (Nurkasanah, 2009). Menurut Nurkasanah (2009), ada 2 macam faktor yang mempengaruhi lingkungan bisnis/akuntansi, yaitu faktor dari dalam perusahaan (faktor internal) dan faktor dari luar perusahaan (faktor eksternal).

CSR merupakan salah satu aktivitas yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, termasuk bank-bank syariah. *The World Business Council for*

Sustainable Development (WBCSD) menerjemahkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai:

“komitmen berkelanjutan dari suatu entitas bisnis untuk bertindak secara etis dan berperan untuk pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kualitas hidup di tempat kerja dan terhadap keluarga mereka seperti halnya masyarakat lokal dan masyarakat yang lebih luas”.

Tujuan perusahaan melakukan CSR, menurut Pirsch et al (2007), karena adanya tekanan untuk standar publik tentang kinerja sosial perusahaan, misalnya *UN Global Compact*. Chomvilailuk dan Butcher (2010) menyebutkan alasan lain perusahaan melakukan CSR karena munculnya pengukuran yang dipaksakan (*forced measures*), seperti pemerintah Inggris mengubah permintaan pelaporan perusahaan.

Salah satu jenis industri yang melakukan aktivitas CSR adalah perbankan, termasuk perbankan syariah. Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008 mengartikan perbankan syariah sebagai segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta tata cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Aktivitas pengungkapan aktivitas CSR oleh perbankan syariah dipengaruhi oleh berbagai teori, antara lain teori Komunikasi Aksi milik Habermas dan *shariah enterprise theory*. Berikut ini akan dijabarkan mengenai teori Komunikasi Aksi milik Habermas dan *shariah enterprise theory*.

Teori Komunikasi Aksi Habermas, menurut Meutia (2010), adalah teori yang memandang masyarakat melalui paradigma komunikasi. Dalam buku *The Theory of Communicative Action*, Habermas (1983) menganalisa interaksi sosial dan menyebutnya sebagai *lifeworld*. *Lifeworld* seperti didefinisikan Habermas (1983, h.126) merupakan :

“The transcendental site where the speaker and the hearer meet, where they can reciprocally raise claims that their utterances fit the world (objective, social, or subjective), and where they can criticize and confirm those validity claims, settle their disagreements and arrive at agreement.”

Shariah Enterprise Theory, menurut Meutia (2010), adalah *enterprise theory* yang telah diinternalisasi dengan nilai-nilai Islam guna menghasilkan teori yang transendental dan lebih humanis. *Shariah enterprise theory* dapat dikatakan merupakan suatu *social integration* yang berawal dari adanya kepentingan emansipatoris untuk membebaskan *knowledge* yang selalu terperangkap dalam dunia materiil menjadi suatu *knowledge* yang juga mempertimbangkan aspek non materiil, dalam hal ini aspek spiritual atau nilai-nilai Illahi.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan semiotik dalam metode penelitiannya. Yang dimaksud dengan semiotik, menurut Hoed (2008), adalah “*ilmu yang mengkaji tanda dalam kehidupan manusia*”. Tanda yang dimaksud di sini, menurut Hoed (2008), adalah semua yang hadir dalam kehidupan manusia, yaitu segala sesuatu yang harus seorang manusia beri makna.

Yang dimaksud dengan tanda dalam penelitian ini adalah laporan tanggung jawab sosial perusahaan, khususnya perusahaan perbankan syariah. Penelitian ini bermaksud menemukan makna-makna yang terkandung dalam laporan sosial tersebut. Selanjutnya, penelitian ini akan membandingkan antara temuan makna-makna di dalam laporan sosial tersebut dengan *Shariah Enterprise Theory*.

Hoed (2008) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan metodologi adalah “*cara dalam penelitian untuk memperoleh ‘pengetahuan’ dan ‘pemahaman’ dari objek yang kita teliti serta bagaimana pengetahuan dan pemahaman itu memenuhi tujuan penelitian kita*”. Selanjutnya Hoed (2008) menjelaskan bahwa metodologi dilihat dari tiga tataran, yakni paradigma yang digunakan, metode yang dipilih, dan teknik yang digunakan. Menurut Hoed (2008), paradigma metodologis penelitian yang berdasarkan semiotik budaya adalah kualitatif. Walaupun penelitian tersebut dapat menggunakan paradigma

kuantitatif atau penelitian artefak atau teks yang didukung paradigma partisipatoris, namun paradigma pokok yang digunakan adalah kualitatif.

Penelitian ini berkeyakinan bahwa pendekatan semiotik merupakan pendekatan yang paling tepat untuk menjelaskan bagaimana perusahaan mengungkapkan informasi CSR dan bagaimana memahami kalimat-kalimat yang tersaji dalam *Corporate Social Responsibility report*.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility report* milik PT Bank Muamalat Indonesia dan PT. Bank Syariah Mandiri yang diperoleh situs resmi PT Bank Muamalat Indonesia dan PT. Bank Syariah Mandiri. *Corporate Social Responsibility report* yang dianalisis adalah *Corporate Social Responsibility report* PT Bank Muamalat Indonesia dan PT Bank Syariah Mandiri tahun 2010.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data-data yang diperlukan dikumpulkan dengan metode dokumenter. Data dan informasi yang bersifat kualitatif diperoleh dengan memperkaya bacaan yang berasal dari berbagai literatur. Sebagian besar literatur yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jurnal-jurnal penelitian, makalah penelitian terdahulu, dan *internet research*.

3.4 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan *Corporate Social Responsibility report* PT Bank Muamalat dan PT Bank Syariah Mandiri sebagai objek penelitian.

Bank Muamalat merupakan bank syariah pertama di Indonesia, didirikan pada tanggal 1 November 1991 dan mulai beroperasi tanggal 1 Mei 1992. Hal ini menjadikan Bank Muamalat sebagai objek yang layak untuk diteliti, mengingat pengalamannya yang lebih lama dalam industri perbankan syariah.

Sedangkan Bank Syariah Mandiri didirikan tanggal 25 Oktober 1999 dan mulai beroperasi tanggal 1 November 1999. Pada tahun 2010, Bank Syariah Mandiri menerima penghargaan sebagai bank syariah terbaik versi majalah Investor. Penilaian ini didasari atas 17 kriteria yang didasarkan pada parameter syariah, yaitu CAR (*Capital Adequacy Ratio*), NPF (*Non Performing Finance*), ROA (*Return On Asset*), ROE (*Return On Equity*), NIM (*Net Interest Margin*), BOPO (Biaya Operasional berbanding Pendapatan Operasional), FDR (*Financing to Deposit Ratio*), pertumbuhan laba bersih satu tahun, pertumbuhan pembiayaan satu tahun, dan pertumbuhan dana masyarakat (ib.erasuslim.com)

Berdasarkan alasan-alasan di atas, maka *Corporate Social Responsibility report* PT Bank Muamalat Indonesia dan PT. Bank Syariah Mandiri digunakan sebagai objek penelitian.

3.5 Analisis Data

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan semiotik dalam menganalisis teks pada laporan pertanggungjawaban

sosial perbankan syariah berdasarkan *Shariah Enterprise Theory*. Menurut Chandler (2007) dalam Otubanjo dan Melewar (2007), pendekatan semiotik adalah pendekatan yang menyajikan langkah-langkah bagaimana tanda-tanda (seperti identitas perusahaan, laporan sosial perusahaan, dll) diinterpretasikan sehingga menghasilkan arti.

Otubanjo dan Melewar (2007) menjelaskan alur metode analisis semiotik dalam langkah-langkah berikut :

1. Mengidentifikasi dan menjabarkan teks.

Langkah pertama dari pendekatan semiotik adalah melampirkan salinan dari teks dan mengidentifikasi kekurangannya, mendeskripsikan secara jelas tentang teks untuk meningkatkan pengakuan dari pengguna media tersebut, serta mendeskripsikan media penyampaian teks, termasuk di kelompok mana, dan ditemukan di kelompok mana media tersebut dengan jelas.

2. Menguji sifat dari media yang digunakan untuk publikasi.

Langkah ini menjelaskan sifat dari media yang digunakan untuk publikasi. Di sini didiskusikan cakupan pengguna media tersebut berdasarkan referensi yang ada, tujuan, target pengguna media, jumlah yang diterbitkan, frekuensi publikasi, sejarah, reputasi, dan kepemilikan media ini.

3. Mendiskusikan hubungan antara media pembawa dan *type-token*.

Langkah ini mendiskusikan bagaimana media dianalisis sehubungan dengan perbedaan *type-token*, (contoh: termasuk teks yang terletak

diantara banyak teks (contoh : poster) atau termasuk unik (contoh : lukisan aktual)). Selain itu, juga didiskusikan bagaimana sebuah teks mempengaruhi interpretasinya.

4. Mendiskusikan alasan mengapa teks tersebut dipilih.

Dalam langkah ini ditentukan manakah yang menjadi penanda dalam teks, apakah yang ditandai, dan sistem apakah yang membuat tanda menjadi punya arti.

5. Mengidentifikasi penanda dan yang ditandai di dalam publikasi tersebut.

Penanda adalah media dari materi (Hall, 1999 dalam Otubanjo dan Melewer, 2007) atau bagian fisik dari tanda (contoh : logo perusahaan, kata-kata yang tertulis di iklan, slogan, gambar). Sedangkan yang ditandai adalah konsep mental yang dimaksudkan oleh para penanda. Di langkah inilah, yang ditandai ini akan dianalisa secara penuh.

Gambar 1 : Langkah-langkah Analisis dengan Pendekatan Semiotik

