

**EKSPLORASI NILAI-NILAI DAKWAH
DALAM LAPORAN TAHUNAN
PERBANKAN SYARIAH:
ANALISIS SEMIOTIK PADA LAPORAN
TAHUNAN BANK MUAMALAT INDONESIA
DAN BANK SYARIAH MANDIRI**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

RINA YUNIWIJAYANTI
NIM. 12030110120131

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2014**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Rina Yuniwijayanti

Nomor Induk Mahasiswa : 12030110120131

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **EKSPLORASI NILAI-NILAI DAKWAH
DALAM LAPORAN TAHUNAN
PERBANKAN SYARIAH: ANALISIS
SEMIOTIK PADA LAPORAN TAHUNAN
BANK MUAMALAT INDONESIA DAN
BANK SYARIAH MANDIRI**

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

Semarang, 24 Februari 2014

Dosen Pembimbing

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

NIP. 19670809 199203 1001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Rina Yuniwijayanti

Nomor Induk Mahasiswa : 12030110120131

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **EKSPLORASI NILAI-NILAI DAKWAH
DALAM LAPORAN TAHUNAN
PERBANKAN SYARIAH: ANALISIS
SEMIOTIK PADA LAPORAN TAHUNAN
BANK MUAMALAT INDONESIA DAN
BANK SYARIAH MANDIRI**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 7 Maret 2014.

Tim Penguji:

1. Anis Chariri, S.E., M.Com., Ph.D., Akt. ()
2. Dr. P. Basuki Hadiprajitno, M.B.A., M.Acc., Akt. ()
3. Dr. H. Raharja, M.Si., Akt. ()

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Rina Yuniwijayanti, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: Eksplorasi Nilai-nilai Dakwah dalam Laporan Tahunan Perbankan Syariah: Analisis Semiotik pada Laporan Tahunan Bank Muamalat Indonesia dan Bank Syariah Mandiri, 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 itu, 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, 24 Februari 2014
Yang membuat pernyataan,

Rina Yuniwijayanti
NIM. 12030110120131

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, dan silih bergantinya malam dan siang, terdapat tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi orang yang berakal, (yaitu) orang-orang yang mengingat Allah dalam keadaan berdiri, duduk atau dalam keadaan berbaring, dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata), “Ya Tuhan kami, tidaklah Engkau menciptakan semua ini sia-sia; Maha Suci Engkau, maka lindungilah kami dari azab neraka”.

(Q.S. Ali Imran: 190-191)

Setiap kata dalam karya ini
didedikasikan untuk Bapak dan Ibu tercinta:
Suyono dan Sri Widayani

ABSTRACT

This study aims to understand the existence of da'wa values contained in annual report of Islamic banks, to analyze the ways in which Islamic banks expressing da'wa values in its annual report, and to analyze the depth of da'wa values contained in the annual report of Bank Muamalat Indonesia and Bank Syariah Mandiri.

This study is qualitative research with a semiotic approach. Da'wa values contained in the annual report of Bank Muamalat Indonesia and Bank Syariah Mandiri were analyzed using semiotic approach.

The results of this study show that the da'wa values were found in both of Islamic banks annual report. The content of da'wa value expressed via text and images. The results of this study also show that BMI's annual report contains more da'wa values than in BSM's annual report. Furthermore, this study concludes that Islamic banks actually expressed spiritual reality so that make them different from the other bank's annual report that focuses only on economic reality.

Keywords: da'wa values, Islamic banks, sharia enterprise theory, semiotic analysis, Bank Muamalat Indonesia, Bank Syariah Mandiri.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis keberadaan nilai-nilai dakwah yang tercantum dalam laporan tahunan bank syariah, memahami dan menganalisis upaya dan cara yang dilakukan bank syariah dalam mengungkapkan nilai-nilai dakwah pada laporan tahunannya serta untuk memahami dan menganalisis kedalaman kandungan nilai-nilai dakwah yang tercantum di antara laporan tahunan Bank Muamalat Indonesia dan laporan tahunan Bank Syariah Mandiri.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan semiotik. Nilai-nilai dakwah yang tercantum dalam laporan tahunan Bank Muamalat Indonesia dan Bank Syariah mandiri dianalisis menggunakan pendekatan semiotik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai dakwah ditemukan dalam laporan tahunan kedua bank syariah tersebut. Kandungan nilai dakwah diungkapkan dalam bentuk teks maupun gambar. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa laporan tahunan BMI mengandung lebih banyak nilai dakwah dibandingkan pada laporan tahunan BSM. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa bank syariah benar-benar telah menyampaikan realitas spiritual (Islam) sehingga berbeda dengan laporan tahunan bank lain yang hanya memfokuskan pada realitas ekonomi.

Kata kunci: nilai dakwah, bank syariah, *sharia enterprise theory*, analisis semiotik, Bank Muamalat Indonesia, Bank Syariah Mandiri.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah, puji dan syukur hanya kepada Allah SWT karena selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Eksplorasi Nilai-nilai Dakwah dalam Laporan Tahunan Perbankan Syariah: Analisis Semiotik pada Laporan Tahunan Bank Muamalat Indonesia dan Bank Syariah Mandiri”.

Skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin berterimakasih kepada Bapak Prof. Drs. H. Mohamad Nasir, M.Si, Akt, Ph.D selaku Dekan FEB Undip. Terima kasih kepada Bapak Anis Chariri, S.E., M.Com., Ph.D., Akt., selaku dosen pembimbing atas dukungan, motivasi, dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih banyak telah menginspirasi dan menunjukkan kepada jalan kebenaran, *Meneer.*

Terima kasih kepada Bapak dan Ibu tercinta, Suyono dan Sri Widayani, yang selalu memberikan doa, dukungan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini. Terima kasih atas cinta tanpa syarat yang engkau hadiahkan, Pak, Bu. Terima kasih pula kepada Mas Cahyo dan Dek Norma atas dukungan dan motivasi yang tak henti. Kalian memang kakak dan adik yang hebat.

Terima kasih kepada Bapak Faisal, S.E., M.Si., Akt. selaku dosen wali karena telah memberikan nasihat dan motivasi kepada penulis selama studi.

Terima kasih pula kepada Bapak Surya Raharja, S.E., M.Si., Akt selaku dosen pembimbing awal atas bimbingan dan motivasi yang telah diberikan. Semoga penulis dapat mengikuti jejak Bapak ke Inggris.

Terima kasih kepada Kementerian BUMN, terutama PT Angkasa Pura II, atas Beasiswa BUMN Peduli yang telah diberikan kepada penulis hingga akhir studi. *It's worth so much.*

Terima kasih kepada *Gengges Family*: Galuh, Asti, Fierda, Nina, Intan, Widya, Saras, Bulan, Rani, Shabrina, Nurin, Mentari, Novia, dan Tian karena telah berbagi suka dan duka bersama penulis selama kuliah. Terima kasih pula kepada teman-teman Akuntansi Reguler 1 angkatan 2010 lainnya karena telah mewarnai hari-hari penulis selama studi. Semoga persahabatan kita tetap terjalin selamanya.

Terima kasih kepada teman-teman KSEI (terutama KNKEI 2012), KMA 2012, dan teman-teman Saman *Economics* UPK Tari. Terima kasih telah memberikan pengalaman berharga yang tidak dapat diperoleh di ruang kuliah.

Terima kasih kepada Anak Kos Dodol: Cintia, Dinda, Winie, Rafi, Karina, dan Mbak Arrum. Tanpa kalian, hari-hari akan terasa sangat membosankan.

Terima kasih kepada keluarga besar Marto Senjoyo dan Rejo Semedi atas doa dan dukungan yang selalu diberikan kepada penulis. *You all really the real family.*

Terima kasih kepada sahabat setia: Leno, Supri, Ochi, Sayoung, Inem, Nonon, dan Vodo karena selalu setia menemani penulis. Terakhir, terima kasih

sebesar-besarnya kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Untuk kalian semualah skripsi ini dipersembahkan. Semoga Allah memberikan balasan atas segala bantuan, kebaikan, dan doa yang telah diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari ketidaksempurnaan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, dengan terbuka penulis menerima saran dan kritik yang membangun sehingga diharapkan penulis dapat menciptakan karya berikutnya yang lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat memberatkan timbangan amal penulis di akhirat kelak. Amin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Semarang, 24 Februari 2014

Penulis

Rina Yuniwijayanti

DAFTAR ISI

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	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian	9
1.4 Sistematika Penulisan	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1 Konsep tentang Perbankan Syariah	11
2.2 Standar Akuntansi Perbankan Syariah	12
2.3 Konsep tentang Laporan Keuangan Perbankan Syariah	16
2.4 Akuntansi sebagai Bagian dari Proses Tauhid	17
2.5 <i>Sharia Enterprise Theory</i>	20
2.6 Nilai-nilai Dakwah	25
2.7 Teori Semiotik	33
2.8 Penelitian Terdahulu	35
2.9 Kerangka Pemikiran	37
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Desain Penelitian	40
3.2 Jenis dan Sumber Data	41
3.3 Metode Pengumpulan Data	42
3.4 Objek Penelitian	42
3.5 Analisis Data	44
BAB IV LAPORAN KEUANGAN SEBAGAI MEDIA DAKWAH: EKSTERNALISASI SIMBOL-SIMBOL SYARIAH	47
4.1 Profil Bank Muamalat Indonesia dan Bank Syariah Mandiri ...	47
4.1.1 Profil Bank Muamalat Indonesia (BMI)	47
4.1.2 Profil Bank Syariah Mandiri (BSM)	49
4.2 Unsur-unsur Dakwah: Dari <i>Da'i</i> sampai <i>Atsar</i>	51
4.3 Nilai Dakwah dalam Laporan Tahunan: Merangkai Simbol- simbol Syariah	56
4.3.1 Kover: Cermin Syariah Penyampai Pesan	58

4.3.2 Sekilas Perusahaan	69
4.3.3 Laporan kepada Pemegang Saham	85
4.3.4 Analisis Manajemen	97
4.3.5 Tata Kelola Perusahaan	98
4.3.6 <i>Corporate Social Responsibility</i>	105
4.4 Perbandingan Kandungan Nilai Dakwah dalam Laporan Tahunan Bank Muamalat Indonesia dengan Bank Syariah Mandiri	115
BAB V PENUTUP	119
5.1 Kesimpulan	119
5.2 Keterbatasan	120
5.3 Saran	121
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN-LAMPIRAN	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Islamic Finance Country Index</i> 2011	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	38
Gambar 3.1 Lima Tahapan Analisis Semiotik	46
Gambar 4.1 <i>Lay Out</i> Kover Laporan Tahunan BMI	59
Gambar 4.2 <i>Lay Out</i> Kover Laporan Tahunan BMI	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 4.1 Perbandingan Kandungan Nilai Dakwah dalam Laporan Tahunan BMI dengan Laporan Tahunan BSM	116

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kover Laporan Tahunan BMI Tahun 2012	127
Lampiran B	Kover Laporan Tahunan BSM Tahun 2012	128
Lampiran C	Contoh Gambar Perempuan Berjilbab pada Laporan Tahunan BMI dan BSM	129
Lampiran D	Contoh Gambar Dua Orang Berjabat Tangan pada Laporan Tahunan BMI dan BSM	130
Lampiran E	Contoh Gambar Pemberian Santunan pada Laporan Tahunan BMI dan BSM	131
Lampiran F	Contoh Gambar Kepedulian terhadap Lingkungan pada Laporan Tahunan BMI	132
Lampiran G	Gambar Anjuran Melakukan Ibadah Haji pada Laporan Tahunan BSM	133
Lampiran H	Gambar Laki-laki Berbusana Muslim (peci dan baju <i>koko</i>) pada Laporan Tahunan BMI dan BSM	134

BAB I

PENDAHULUAN

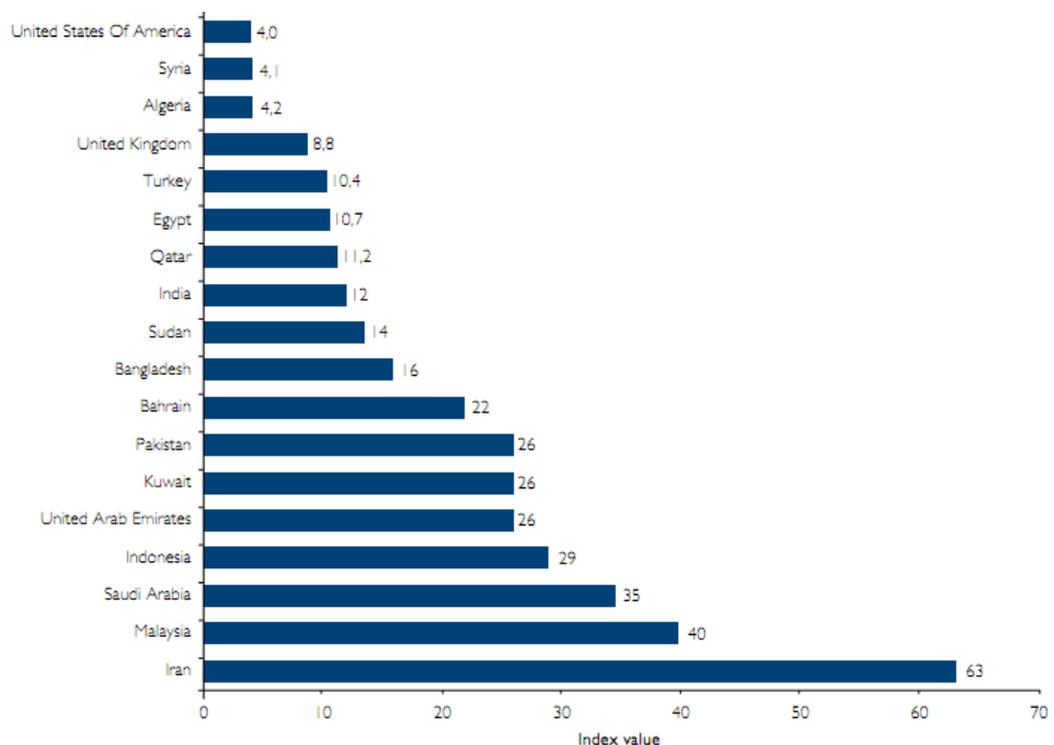
1.1 Latar Belakang

Perkembangan perbankan syariah selama satu tahun terakhir sampai dengan bulan Oktober 2012 cukup menggembirakan. Perbankan syariah mampu tumbuh mencapai 37% sehingga total asetnya menjadi Rp174,09 triliun. Strategi edukasi dan sosialisasi perbankan syariah telah mampu memperbesar pangsa pasar perbankan syariah menjadi 4,3%. Secara kelembagaan, jumlah Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) sampai tahun 2012 masih sama yaitu 11 BUS dan 24 UUS. Meskipun demikian, jumlah jaringan kantor perbankan syariah mengalami peningkatan sehingga pelayanan kebutuhan masyarakat menjadi semakin meluas. Secara keseluruhan, jumlah kantor perbankan syariah yang beroperasi sampai dengan tahun 2012 meningkat dari 1.692 kantor menjadi 2.188 kantor (Data Statistik Bank Indonesia 2012).

Hamidi (2003) mengatakan bahwa salah satu faktor pendorong pertumbuhan perbankan syariah adalah munculnya ketertarikan dari sisi perbankan dan investor untuk masuk menjadi pemain baru dalam industri perbankan syariah. Dari sisi permintaan, dampak kegiatan edukasi publik tentang perbankan syariah yang dilakukan selama ini juga telah menunjukkan hasil. Hal ini antara lain terlihat dari permintaan yang muncul dari sejumlah wilayah potensial yang belum memiliki layanan kantor perbankan syariah.

Berdasarkan *Islamic Finance Country Index (IFCI)* dalam laporan *Global Islamic Finance Report (GIFR)* tahun 2011 yang dikeluarkan oleh BMB Islamic, Indonesia menduduki posisi keempat negara yang berpotensi dan kondusif dalam perkembangan industri keuangan syariah. Data tersebut menunjukkan bahwa potensi pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia masih sangat besar. (Lihat Gambar 1.1).

Gambar 1.1
Islamic Finance Country Index 2011



Sumber: *Global Islamic Finance Report 2011*

Menurut Alamsyah (2012), terdapat empat faktor yang menjadi pendorong peningkatan kinerja industri perbankan syariah di Indonesia. Pertama, ekspansi jaringan dan kemudahan akses kantor perbankan syariah. Kedua, gencarnya program edukasi dan sosialisasi produk serta layanan perbankan syariah. Ketiga,

upaya peningkatan kualitas layanan (*service excellent*) perbankan syariah. Keempat, pengesahan beberapa produk perundangan yang memberikan kepastian hukum dan meningkatkan aktivitas pasar keuangan syariah.

Bank syariah merupakan bank yang harus melaksanakan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Faktor utama yang mendasari pendirian bank syariah adalah keinginan untuk menjalankan sistem ekonomi yang didasarkan pada nilai-nilai dan prinsip syariah (Meutia dkk, 2010). Usmani (dikutip oleh Meutia dkk, 2010) menyatakan bahwa filosofi yang mendasari bank syariah adalah bertujuan untuk mendistribusikan keadilan yang bebas dari eksploitasi.

Sejalan dengan pernyataan di atas, Ahmad (2000) mengatakan bahwa perbankan Islam memiliki asas etika dan moral yang sesuai dengan syariah. Hal ini ditunjukkan oleh seluruh kegiatan bank syariah yang harus dilandasi etika moral dan komitmen yang bertujuan untuk kedua belah pihak, baik bank maupun nasabah.

Dari definisi di atas dapat dirumuskan bahwa bank syariah merujuk kepada suatu sistem yang menyediakan layanan dan fasilitas perbankan dengan berlandaskan pada hukum Islam. Lembaga ini beroperasi dengan tujuan untuk mengimplementasikan prinsip ekonomi sekaligus prinsip Islam. Bank syariah tidak memisahkan antara aspek ekonomi dan aspek keislaman.

Berkaitan dengan aspek keislaman yang terkandung dalam bank syariah, terdapat beberapa penelitian yang membahas hal tersebut. Harahap (2003) mencoba untuk meneliti pengungkapan nilai-nilai Islam dalam laporan tahunan bank syariah, khususnya Bank Muamalat Indonesia. Pengungkapan tersebut

dibandingkan dengan kriteria yang telah disusun oleh *Accounting, Auditing Organization for Islamic Financial Institution* (AAOIFI) dan persyaratan pengungkapan akuntansi konvensional.

Haniffa dan Hudaib (2007) melakukan penelitian untuk mengeksplorasi identitas etika dari bank Islam melalui komunikasi yang dilakukan dalam laporan tahunan. Penelitian tersebut mengembangkan instrumen penelitian yaitu *Ethical Identity Index* (EII) yang berguna untuk memenuhi tujuan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat perbedaan besar antara identitas etika yang dikomunikasikan dengan identitas etika yang ideal.

Menurut Mohamad dkk (2012), lembaga bank syariah pada dasarnya didirikan untuk menyediakan layanan perbankan alternatif bagi umat Islam. Untuk jangka pendek, bank syariah secara tidak langsung berperan sebagai media baru dalam berdakwah. Sementara untuk jangka panjang, peran dakwah tersebut dapat dijadikan sebagai peran utama bank syariah seiring dengan tujuan utama lain yang telah ditetapkan. Penelitian yang dilakukan oleh Mohamad dkk (2012) ini dilakukan dengan cara membandingkan antara bank syariah dengan bank konvensional.

Selanjutnya, Mohamad dkk (2012) menjelaskan bahwa bank syariah berpotensi menjadi saluran dakwah karena kemampuannya menarik nasabah, baik di kalangan umat Islam maupun non Islam, untuk mengenal Islam melalui produk dan layanan keuangan yang ditawarkan. Menurutnya, bank syariah dapat memainkan dua fungsi sekaligus yaitu sebagai penyedia produk serta layanan tanpa riba, dan sebagai pengembang kegiatan dakwah. Hal tersebut dikarenakan

jika bank syariah dikaitkan sepenuhnya dengan rukun dakwah, bank syariah memiliki kemampuan yang ideal untuk menjadikannya efektif serta sesuai untuk dijadikan sebagai media dakwah.

Isgiyarta (2009) berpendapat bahwa aktivitas berjuang tidak semata-mata dalam penyebaran nilai-nilai agama melalui lembaga dakwah saja, tetapi setiap bentuk aktivitas manusia dapat digunakan sebagai media dakwah. Oleh karena itu, pendirian bank syariah dapat juga dikatakan sebagai berjuang di jalan Allah bila pendirian tersebut ditujukan untuk menegakkan aturan agama dan di dalamnya termasuk meningkatkan kemaslahatan umat.

Dalam melakukan kegiatannya, bank syariah tidak terlepas dari praktik akuntansi. Menurut Belkaoui (1980), akuntansi dapat disebut sebagai sebuah bahasa karena memiliki karakteristik leksikal maupun gramatikal. Sejalan dengan anggapan tersebut, Riduwan dkk (2010) menjelaskan bahwa akuntansi dapat diartikan sebagai seperangkat simbol bahasa atau representasi simbolik yang menunjuk pada suatu makna atau realitas tertentu. Ungkapan bahasa dalam penyampaian informasi dari penyedia informasi kepada pengguna informasi harus tepat sehingga maknanya dapat diinterpretasikan sama persis dengan makna yang dimaksudkan. Oleh karena itu, Riduwan dkk (2010) menjelaskan bahwa disamping aspek sintatik (pengukuran) dan pragmatik (kebermanfaatan), teori akuntansi perlu dikembangkan dengan mempertimbangkan aspek semantik (realitas yang direpresentasikan).

Dari sekian banyak simbol, salah satu simbol akuntansi yang dikomunikasikan melalui laporan keuangan bank syariah untuk merepresentasikan realitas tertentu

adalah simbol “nilai-nilai dakwah”. Pelaporan keuangan merupakan praktik yang dibentuk berdasarkan nilai-nilai norma yang berlaku di masyarakat. Dalam perbankan syariah, nilai-nilai tersebut dapat berupa nilai-nilai Islam maupun nilai-nilai dakwah. Dengan kata lain, pelaporan keuangan bank syariah tidak saja menyampaikan realitas ekonomi tetapi seharusnya juga menyampaikan realitas spiritual yang bersifat Islami. Realitas spiritual tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk simbol-simbol tertentu berupa gambar, foto, teks, maupun istilah yang mencerminkan nilai-nilai dakwah. Namun penelitian mengenai nilai-nilai dakwah dalam bank syariah belum banyak dilakukan di Indonesia. Beberapa penelitian mengenai nilai-nilai dalam bank syariah, seperti yang dilakukan oleh Harahap (2003) serta Haniffa dan Hudaib (2007), merupakan penelitian yang dilakukan dengan metode komparatif dan kuantitatif sehingga tidak mampu mengungkap makna di balik simbol yang disampaikan dalam laporan tahunan.

Berdasarkan argumen di atas, penelitian ini dimaksudkan untuk memahami dan menganalisis nilai-nilai dakwah yang terkandung dalam laporan tahunan perbankan syariah di Indonesia. Objek dalam penelitian ini adalah laporan tahunan dua bank syariah terbesar di Indonesia. Objek penelitian pertama adalah Bank Muamalat Indonesia. Bank Muamalat Indonesia merupakan bank syariah pertama di Indonesia yang didirikan pada tanggal 1 November 1991 dan mulai beroperasi pada 1 Mei 1992. Sampai saat ini, Bank Muamalat Indonesia merupakan satu-satunya bank yang murni syariah sejak pendiriannya di Indonesia. Pada saat krisis moneter, Bank Muamalat Indonesia terbukti mampu bangkit dari keterpurukan yang melanda industri perbankan di Indonesia. Sebagai bank

pertama dan satu-satunya yang murni syariah, Bank Muamalat Indonesia berhasil memperoleh berbagai penghargaan baik di tingkat nasional maupun internasional.

Objek penelitian kedua adalah Bank Syariah Mandiri. Bank Syariah Mandiri merupakan bank syariah terbesar di Indonesia yang didirikan pada tanggal 1 November 1999. Berbeda dengan Bank Muamalat Indonesia yang merupakan bank murni syariah, Bank Syariah Mandiri adalah bank syariah yang merupakan anak perusahaan dari bank konvensional yaitu PT Bank Mandiri Tbk. Pada tahun 2012, Bank Syariah Mandiri berhasil menjadi bank syariah dengan laba terbesar yaitu Rp805,6 miliar. Pada tahun yang sama, Bank Syariah Mandiri juga merupakan bank syariah dengan aset terbesar yaitu Rp54,2 triliun. Keberadaan Bank Syariah Mandiri memainkan peran penting dalam industri perbankan syariah di Indonesia.

Penelitian ini didasarkan pada ontologi idealisme yang beranggapan bahwa realita sebagai *mental construct* (realita terbentuk di dalam pikiran), bukan didasarkan pada ontologi realisme yang menganggap realita berada di luar sana dan bebas dari pikiran manusia. Dengan demikian penelitian ini beranggapan bahwa laporan tahunan bank syariah merupakan media komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai dakwah (Islam) pada penggunanya. Atas dasar ontologi tersebut, penelitian ini dilakukan dalam paradigma interpretif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan semiotik, yaitu pendekatan yang memfokuskan pada upaya memahami simbol yang dituangkan dalam media komunikasi berupa laporan tahunan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan hasil penelitian terdahulu yang telah dikemukakan, terlihat bahwa penelitian mengenai nilai-nilai dakwah dalam laporan tahunan bank syariah belum banyak dilakukan. Padahal, laporan tahunan bank syariah tidak hanya melaporkan simbol-simbol ekonomi tentang kegiatan bisnis yang dilakukan. Namun juga memuat simbol-simbol syariah dalam bentuk nilai-nilai dakwah. Sayangnya, nilai-nilai dakwah ini belum banyak dieksplorasi dalam penelitian sebelumnya. Pemahaman terhadap nilai dakwah ini dapat digunakan untuk menganalisis apakah bank syariah benar-benar menyampaikan realitas spiritual (Islam) sehingga berbeda dengan laporan tahunan bank lain yang hanya memfokuskan pada realitas ekonomi. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian berikut ini

1. Apakah nilai-nilai dakwah sudah tercantum dalam laporan tahunan perbankan syariah?
2. Bagaimana nilai-nilai dakwah diungkapkan dalam laporan tahunan perbankan syariah?
3. Apakah laporan tahunan Bank Muamalat Indonesia mengandung/memuat nilai-nilai dakwah yang lebih banyak dibandingkan laporan tahunan Bank Syariah Mandiri?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini antara lain:

1. Untuk memahami dan menganalisis keberadaan nilai-nilai dakwah yang tercantum dalam laporan tahunan bank syariah.
2. Untuk memahami dan menganalisis upaya dan cara yang dilakukan bank syariah dalam mengungkapkan nilai-nilai dakwah pada laporan tahunannya.
3. Untuk memahami dan menganalisis kedalaman kandungan nilai-nilai dakwah yang tercantum di antara laporan tahunan Bank Muamalat Indonesia dan laporan tahunan Bank Syariah Mandiri.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang belum banyak digunakan oleh peneliti akuntansi. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan sebagai berikut.

1. Bagi mahasiswa atau pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wacana bahwa penelitian akuntansi tidak hanya terfokus pada penelitian kuantitatif tetapi dapat juga dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif.
2. Bagi kalangan peneliti dan akademisi, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian sejenis pada masa yang akan datang.
3. Bagi kalangan praktisi dan masyarakat luas, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan penambah wawasan mengenai pengungkapan nilai-nilai dakwah dalam laporan tahunan bank syariah.

1.4 Sistematika Penulisan

Skripsi ini disusun menggunakan metode kualitatif dengan analisis semiotik. Skripsi ini terdiri dari lima bab yang disusun secara deskriptif.

Bab I Pendahuluan, merupakan pendahuluan yang terdiri dari empat bagian, yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II Telaah Pustaka, merupakan telaah pustaka yang terdiri dari tiga bagian, yaitu landasan teori yang digunakan, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

Bab III Metode Penelitian, membahas mengenai metode penelitian yang digunakan. Bab III terdiri dari empat bagian antara lain desain penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, objek penelitian, serta analisis data.

Bab IV Laporan Keuangan sebagai Media Dakwah: Eksternalisasi Simbol-Symbol Syariah, menyajikan hasil analisis dan pembahasan dari penelitian yang dilakukan. Pada bagian ini disajikan mengenai analisis nilai-nilai dakwah yang terkandung dalam laporan keuangan bank syariah.

Bab V Penutup, merupakan bagian penutup dari penelitian. Bagian penutup terdiri dari tiga hal penting dari penelitian, antara lain kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian berikutnya.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Konsep tentang Perbankan Syariah

Wacana mengenai pembentukan lembaga keuangan syariah di Indonesia sudah dimulai sejak tahun 1980-an. Pada tanggal 18-20 Agustus 1990, Majelis Ulama Indonesia (MUI) menyelenggarakan lokakarya mengenai bunga bank dan perbankan di Bogor. Hasil lokakarya tersebut kemudian dibahas lebih mendalam pada Munas MUI ke IV pada tanggal 22-25 Agustus 1990 di Jakarta. Munas tersebut menghasilkan pembentukan Tim Perbankan MUI yang bekerja untuk membahas pendirian bank syariah di Indonesia. Pada akhirnya lahirlah bank syariah pertama di Indonesia, yaitu Bank Muamalat Indonesia, yang akta pendiriannya ditandatangani pada tanggal 1 November 1991.

Berdirinya bank syariah di Indonesia pada saat tersebut belum memiliki dasar hukum yang kuat. Hingga pada tahun 2008 lahirlah regulasi yang secara khusus mengatur jalannya perbankan syariah di Indonesia yaitu Undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Undang-undang ini memberikan peluang yang besar untuk pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah menerangkan bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Undang-undang tersebut menjelaskan bahwa dalam kegiatan usahanya, perbankan syariah berasaskan pada

prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian. Perbankan syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

Sejalan dengan hal tersebut, Haniffa dan Hudaib (2007) menjelaskan bahwa perbankan syariah merujuk pada sistem perbankan yang konsisten dengan prinsip-prinsip Islam. Menurutnya, ada lima hal yang membedakan perbankan syariah dengan perbankan konvensional. Antara lain: (a) filosofi dan nilai yang mendasarinya; (b) ketentuan produk dan layanan yang bebas bunga; (c) transaksi-transaksi yang diperbolehkan oleh hukum Islam; (d) fokus pada tujuan pembangunan dan sosial; dan (e) tunduk pada pertimbangan *Shari'ah Supervisory Board* (Dewan Syariah Nasional). Sebagai institusi ekonomi dan sosial, bank syariah harus memiliki kelima aspek tersebut dalam setiap kegiatannya (Haniffa dan Hudaib, 2007).

2.2 Standar Akuntansi Perbankan Syariah

Dari semua sektor yang menggunakan akuntansi syariah, perbankan merupakan sektor yang paling maju. Keberadaan perbankan syariah memerlukan standar akuntansi untuk menunjang kegiatan operasi bisnisnya. Pengembangan standar akuntansi perbankan syariah di dunia telah dimulai sejak tahun 1987. Penelitian-penelitian dan diskusi-diskusi mengenai hal tersebut menghasilkan pembentukan *Financial Accounting Organization for Islamic Bank and Financial Institution* pada tanggal 26 Februari 1990. Organisasi tersebut kemudian berganti

nama menjadi *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution* (AAOIFI).

Muhammad (2008) menjelaskan bahwa AAOIFI merupakan organisasi nirlaba internasional yang memiliki kompetensi untuk menyusun standar-standar akuntansi keuangan dan *auditing* bagi bank dan lembaga keuangan syariah di dunia. Tujuan pendirian AAOIFI antara lain untuk:

- a. Mengembangkan pemikiran akuntansi dan *auditing* yang relevan dengan lembaga keuangan syariah.
- b. Menyamakan pemikiran di bidang akuntansi dan *auditing* yang relevan bagi lembaga keuangan syariah dan penerapannya melalui pelatihan, seminar, serta publikasi jurnal ilmiah.
- c. Menyajikan, mengumumkan, dan menginterpretasikan standar-standar akuntansi dan *auditing* bagi lembaga-lembaga keuangan syariah.
- d. Meninjau dan mengamandemen standar-standar akuntansi dan *auditing* bagi lembaga keuangan syariah.

Tujuan-tujuan tersebut disesuaikan dengan ketentuan-ketentuan syariah Islam yang mencerminkan sebuah sistem yang komprehensif bagi semua aspek kehidupan manusia. Sejauh ini AAOIFI telah berhasil menyusun antara lain:

1. Tujuan dan konsep akuntansi keuangan untuk lembaga keuangan syariah.
2. Standar akuntansi untuk lembaga keuangan syariah khususnya bank syariah.
3. Tujuan dan standar *auditing* untuk lembaga keuangan syariah.
4. Kode etik untuk akuntan dan auditor lembaga keuangan.

Di Indonesia, pada tanggal 1 Mei 2002 telah disahkan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) 59 tentang Akuntansi Perbankan Syariah dan Kerangka Dasar Penyusunan Laporan Keuangan Bank Syariah yang resmi berlaku sejak 1 Januari 2003.

Setelah tiga tahun digunakan, menurut Muhammad (2008), banyak kalangan menilai bahwa PSAK 59 hanya dapat diaplikasikan pada tiga jenis entitas seperti yang tertuang dalam ruang lingkup PSAK 59, yaitu Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS).

Pada tanggal 18 Oktober 2005, Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) merespon dengan membentuk Komite Akuntansi Syariah (KAS) yang bertugas merumuskan Standar Akuntansi Keuangan Syariah. Akhirnya, satu tahun kemudian, KAS berhasil membangun konsep Prinsip Akuntansi Syariah yang Berlaku Umum (*House of Generally Accepted Syariah Accounting Principles*), Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan Syariah, serta enam konsep *Exposure Draft* PSAK Syariah (Muhammad, 2008).

Produk-produk yang dihasilkan oleh KAS, seperti yang dijelaskan dalam Media Akuntansi (dikutip oleh Muhammad, 2008), ditargetkan memenuhi tiga karakter kualitas. Pertama, aturan-aturan yang diterbitkan mencerminkan penjabaran dari prinsip-prinsip syariah yang berlandaskan pada Alquran, As Sunnah, dan fatwa ulama. Kedua, aturan-aturan yang diterbitkan mengacu pada pengaturan akuntansi atas transaksi syariah yang seharusnya dan bukan memfasilitasi kondisi pragmatis (praktik) atau kebiasaan yang belum tentu jelas landasan syariahnya. Ketiga, aturan-aturan yang dirumuskan harus

mempertimbangkan asas kehati-hatian dan jika perlu dirinci lebih detail untuk menghindari penafsiran atau penerapan aturan yang bertentangan dengan prinsip syariah.

Pada tanggal 19 September 2006, Dewan Standar Akuntansi Keuangan (DSAK) akhirnya menyetujui untuk menyebarluaskan *Exposure Draft* PSAK Syariah yang terdiri dari:

1. Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan Syariah (KDPPLKS).
2. PSAK 101 tentang Penyajian Laporan Keuangan Syariah.
3. PSAK 102 tentang Akuntansi Murabahah.
4. PSAK 103 tentang Akuntansi Salam.
5. PSAK 104 tentang Akuntansi Ishtisna.
6. PSAK 105 tentang Akuntansi Mudharabah.
7. PSAK 106 tentang Akuntansi Musyarakah.

Selanjutnya, Muhammad (2008) menjelaskan bahwa pada tanggal 26 Februari 2008 IAI juga telah mengeluarkan 3 *Exposure Draft* PSAK Syariah tambahan yaitu: ED PSAK 107 tentang Akuntansi Ijarah, ED PSAK 108 tentang Akuntansi Penyelesaian Utang Piutang Murabahah, dan PSAK 109 tentang Akuntansi Zakat, Infak, dan Sedekah.

Penyusunan Standar Akuntansi Keuangan Syariah di Indonesia tidak terlepas dari kerjasama antara tiga lembaga yang memiliki kompetensi di bidangnya masing-masing (Muhammad, 2008). Ketiga lembaga tersebut antara lain Ikatan

Akuntansi Indonesia (IAI), Bank Indonesia (BI), dan Dewan Syariah Nasional (DSN) yang merupakan representasi dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

2.3 Konsep tentang Laporan Keuangan Perbankan Syariah

Penyajian Laporan Keuangan Perbankan Syariah telah diatur dalam PSAK 59 yang kemudian disempurnakan dalam PSAK 101 tentang Penyajian Laporan Keuangan Syariah. PSAK 101 ditujukan bagi entitas syariah yang menjalankan usaha sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yang dijelaskan dalam anggaran dasar perusahaannya. Kegiatan operasional lembaga-lembaga tersebut harus dipertanggungjawabkan dalam bentuk laporan keuangan. Paragraf 4 PSAK 101 menjelaskan bahwa:

Laporan keuangan untuk tujuan umum adalah laporan keuangan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan bersama sebagian besar pengguna laporan. Laporan keuangan untuk tujuan umum termasuk juga laporan keuangan yang disajikan terpisah atau disajikan dalam dokumen publik lainnya seperti laporan tahunan atau prospektus. Pernyataan ini berlaku pula untuk laporan keuangan konsolidasian.

Laporan keuangan merupakan suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan dari suatu entitas syariah. Tujuan umum laporan keuangan adalah memberikan informasi tentang posisi keuangan, kinerja, dan arus kas entitas syariah yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan dalam rangka membuat keputusan-keputusan ekonomi serta menunjukkan pertanggungjawaban (*stewardship*) manajemen atas penggunaan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka. Untuk mencapai tujuan tersebut, suatu laporan keuangan menyajikan informasi mengenai entitas syariah yang meliputi:

- a. Aset

- b. Kewajiban
- c. Dana syirkah temporer
- d. Ekuitas
- e. Pendapatan dan beban termasuk keuntungan dan kerugian
- f. Arus kas
- g. Dana zakat
- h. Dana kebajikan

Selanjutnya, paragraf 11 PSAK 101 mengatur komponen-komponen laporan keuangan entitas syariah yang wajib disajikan sebagai standar penyajian.

Komponen-komponen tersebut antara lain:

- a. Neraca
- b. Laporan Laba Rugi
- c. Laporan Arus Kas
- d. Laporan Perubahan Ekuitas
- e. Laporan Sumber dan Penggunaan Dana Zakat
- f. Laporan Sumber dan Penggunaan Dana Kebajikan, dan
- g. Catatan atas Laporan Keuangan.

2.4 Akuntansi sebagai Bagian dari Proses Tauhid

Dalam berbagai tulisan dijelaskan mengenai kritik atau tanggapan atas ketidakpuasan terhadap akuntansi konvensional yang berlaku sampai saat ini. Menurut Harahap (1997), jika akuntansi berfungsi sebagai sumber informasi dalam pengambilan keputusan, maka akan ditemukan tiga kondisi sebagai berikut:

1. Kompleksitas pengambilan keputusan dalam bisnis saat ini tidak dapat hanya mengandalkan informasi akuntansi.
2. Selama ini sumber informasi akuntansi dinilai dominan dalam pengambilan keputusan, tetapi situasi ekonomi maupun bisnis masih mengalami berbagai kerugian, korupsi, *fraud*, *crash*, depresi, dan sebagainya. Artinya, pengambilan keputusan yang berdasarkan informasi akuntansi belum menghasilkan *output* yang cukup baik.
3. Unsur etika semakin longgar karena informasi akuntansi dianggap bebas nilai sehingga akuntansi dimanfaatkan oleh pihak yang berkepentingan untuk kepentingannya sendiri.

Kondisi-kondisi tersebut kemudian memunculkan pemikiran baru bahwa akuntansi harus merubah diri agar tidak ditinggalkan pemakainya (Harahap, 1997). Salah satu pemikiran tersebut adalah perlunya menggeser fungsi akuntansi dari “*decision making facilitating function*” ke arah yang lebih bermanfaat. Dari situ kemudian munculah fungsi “*accountability*”.

Jauh sebelum pemikiran tersebut muncul, menurut Harahap (1997), Allah sudah menggariskan bahwa konsep akuntansi sebenarnya adalah penekanan pada pertanggungjawaban atau *accountability*. Hal ini dapat dilihat dalam surat Al Baqarah ayat 282 yang artinya:

Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu melakukan utang piutang untuk waktu yang ditentukan hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah penulis menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkan kepadanya, maka hendaklah dia menuliskan. Dan hendaklah orang yang berutang itu mendiktekan, dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia mengurangi sedikitpun daripadanya. Jika yang berutang itu orang yang kurang akalnyanya atau lemah (keadaannya), atau

tidak mampu mendiktekan sendiri, maka hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi diantara kamu. Jika tidak ada (saksi) dua orang laki-laki, maka (boleh) seorang laki-laki dan dua orang perempuan diantara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada), agar jika yang seorang lupa maka yang seorang lagi mengingatkannya. Dan janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Dan janganlah kamu bosan menuliskannya, untuk batas waktunya baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu kepada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perdagangan tunai yang kamu jalankan diantara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak menuliskannya. Dan ambillah saksi apabila kamu berjual beli, dan janganlah menulis dipersulit dan begitu juga saksi. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sungguh, hal itu suatu kefasikan pada kamu. Dan bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu, dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.

Menurut Harahap (1997), dalam ayat tersebut disebutkan kewajiban bagi pelaku ekonomi untuk menulis setiap transaksi yang belum tuntas (*non completed* atau *non cash*). Tujuan perintah tersebut adalah untuk menjaga keadilan dan kebenaran. Artinya, perintah tersebut ditekankan pada kepentingan pertanggungjawaban (*accountability*) agar pihak yang terlibat tidak dirugikan, tidak menimbulkan konflik, dan adil sehingga diperlukan para saksi. Dari penjelasan tersebut, penekanan akuntansi bukan berada pada pengambilan keputusan tetapi pada pertanggungjawaban.

Lebih lanjut, menurut Harahap (2003), laporan keuangan bank syariah sebagai pertanggungjawaban manajemen harus mendukung gagasan kepatuhan terhadap nilai-nilai syariah. Shahatah (dikutip oleh Harahap, 2003) mengatakan bahwa Islam adalah *way of life* sehingga aspek sosial, politik, ekonomi, manajemen, dan sistem akuntansi harus terintegrasi. Laporan keuangan dari institusi Islam, sebagai bagian dari sistem, sudah seharusnya menjadi media untuk

mempromosikan nilai-nilai Islam. Laporan keuangan seharusnya tidak hanya melaporkan standar umum laporan keuangan tetapi juga standar akuntansi Islam.

Sejalan dengan hal tersebut, Isgiyarta (2009) berpendapat bahwa kehidupan masyarakat muslim harus mendasarkan pada Alquran dan hadis, termasuk dalam praktik akuntansi. Praktik akuntansi konvensional yang tidak sesuai dengan nilai-nilai yang tercantum dalam Alquran dan hadis harus diganti dengan konsep yang sesuai dengan nilai-nilai dalam Alquran dan hadis. Dengan kata lain, akuntansi konvensional yang berkembang dalam masyarakat muslim harus diganti dengan akuntansi Islam.

Menurut Isgiyarta (2009), akuntansi Islam adalah suatu proses aktivitas jasa yang di dalamnya terdapat aktivitas pencatatan transaksi keuangan atau peristiwa ekonomi, penggolongan, peringkasan, dan penyajian dalam jenis-jenis informasi yang sesuai dengan tujuan pendirian entitas. Proses aktivitas tersebut dan informasi yang dihasilkan harus sesuai dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Alquran dan hadis.

2.5 Sharia Enterprise Theory

Dua arus utama pemikiran dalam akuntansi syariah telah sampai pada pemikiran diametris antara *Sharia Enterprise Theory* dan *Entity Theory* (Triyuwono, 2007). Kedua teori tersebut memiliki perbedaan yang signifikan. *Sharia Enterprise Theory*, yang dibangun berdasarkan metafora amanah dan metafora zakat, lebih menghendaki keseimbangan antara sifat egoistik dan altruistik. Sedangkan *entity theory* lebih mengedepankan sifat egoistik daripada

altruistik. *Entity theory* juga memiliki nilai individual dan *profit oriented* sehingga memiliki karakter yang berbeda dengan *Sharia Enterprise Theory* (Triyuwono, 2006, 2007).

Sharia Enterprise Theory yang dikembangkan berdasarkan metafora zakat pada dasarnya memiliki karakter keseimbangan (Triyuwono, 2007). Hal tersebut tercermin dari keseimbangan antara nilai egoistik (maskulin) dengan nilai altruistik (feminim), nilai materi (maskulin) dengan nilai spiritual (feminim), dan seterusnya. Dalam hukum Islam, bentuk keseimbangan tersebut secara konkret diwujudkan dalam salah satu ibadah, yaitu zakat. yang secara implisit mengandung nilai egoistik-altruistik, materi-spiritual, dan individu-jamaah (Triyuwono, 2007).

Dalam *Sharia Enterprise Theory*, Slamet (2001) menjelaskan, aksioma terpenting yang harus mendasari dalam setiap penetapan konsepnya adalah Allah sebagai Pencipta dan Pemilik Tunggal dari semua sumber daya yang terdapat di dunia ini. Oleh karena itu yang berlaku dalam *Sharia Enterprise Theory* adalah Allah sebagai sumber amanah utama karena Dia-lah pemilik yang tunggal dan mutlak. Sedangkan sumber daya yang dimiliki oleh para *stakeholders* pada prinsipnya adalah amanah dari Allah yang di dalamnya melekat sebuah tanggung jawab untuk digunakan secara benar dan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan oleh Sang Pemberi Amanah (Triyuwono, 2006). Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat Al Baqarah ayat 254 yang artinya,

Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari rezeki yang telah Kami berikan kepadamu sebelum datang hari ketika tidak ada lagi jual beli, tidak ada lagi persahabatan dan tidak ada lagi syafaat

Konsep mengenai tanggung jawab kepada Sang Pemberi Amanah diperkuat lagi dalam surat Al Baqarah ayat 267 yang artinya,

Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya

Menurut Triyuwono (2006), tentu sangat beralasan jika penggunaan sumber daya yang diamanahkan kepada *stakeholders* dibatasi karena memang pada hakikatnya *stakeholders* hanya memiliki hak guna. Namun pembatasan tersebut bukan hanya ditujukan untuk kepentingan Allah, tetapi juga ditujukan pada manusia yang mempunyai hak atas sumber daya tersebut. Allah telah berfirman dalam kitab suci Alquran,

Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat, dan taatlah kepada rasul supaya kamu diberi rahmat. (Q.S. An Nur: 56).

Mereka bertanya kepadamu tentang apa yang harus mereka infakkan. Katakanlah: "Harta apa saja yang kamu infakkan, hendaknya diperuntukkan bagi orang tua, kerabat, anak yatim, orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan." Dan kebaikan apa saja yang kamu kerjakan, maka sesungguhnya Allah Maha Mengetahui. (Q.S. Al Baqarah: 215).

(Apa yang kamu infakkan) adalah untuk orang-orang fakir yang terhalang (usahanya karena jihad) di jalan Allah, sehingga dia yang tidak dapat berusaha di bumi; (orang lain) yang tidak tahu, menyangka bahwa mereka adalah orang-orang kaya karena mereka menjaga diri (dari meminta-minta) (Q.S. Al Baqarah: 273).

Ayat-ayat tersebut memberikan pemahaman bahwa di dalam harta yang tersimpan terdapat hak-hak orang lain seperti: hak para fakir miskin, anak yatim, dan lain-lain (Triyuwono, 2006). Dengan demikian, dalam pandangan *Sharia Enterprise Theory*, distribusi kekayaan (*wealth*) atau nilai tambah (*value added*) tidak hanya berlaku pada *stakeholders* yang berkontribusi atau terkait langsung

dalam operasi perusahaan, seperti: pemegang saham, karyawan, kreditor, dan pemerintah. Namun berlaku juga pada pihak-pihak yang tidak berkontribusi atau terkait secara tidak langsung dengan bisnis yang dilakukan oleh perusahaan. Artinya, cakupan akuntansi dalam *Sharia Enterprise Theory* tidak terbatas pada peristiwa atau kejadian yang bersifat *reciprocal* antara pihak yang terkait langsung dalam proses penciptaan nilai tambah, tetapi juga pihak lain yang tidak terkait secara langsung (Triyuwono, 2006).

Pemikiran tersebut, menurut Triyuwono (2006), dilandasi oleh firman Allah yang mengatakan bahwa manusia merupakan *khalifatullah fil ardh* yang membawa misi menciptakan dan mendistribusikan kesejahteraan bagi seluruh manusia dan alam. Oleh karena itu, *Sharia Enterprise Theory* akan membawa kemaslahatan bagi *stockholders*, *stakeholders*, masyarakat, dan lingkungan alam tanpa meninggalkan kewajiban menunaikan zakat sebagai manifestasi ibadah kepada Allah (Slamet, 2001).

Penjelasan di atas dapat memberikan pemahaman mengenai konsep *accountability* yang dibawa oleh *Sharia Enterprise Theory*. Dalam pandangan *Sharia Enterprise Theory*, *stakeholders* yang dimaksud terdiri dari tiga pihak, antara lain: Allah, manusia, dan alam (Triyuwono, 2007).

Allah merupakan pihak yang tertinggi dan menjadi satu-satunya tujuan hidup manusia. Dengan menempatkan Allah sebagai *stakeholder* tertinggi maka tali penghubung agar akuntansi syariah tetap bertujuan untuk “membangkitkan kesadaran ketuhanan” pada penggunaanya tetap terjamin. Konsekuensi dari penetapan Allah sebagai *stakeholder* tertinggi adalah digunakannya *sunatullah*

sebagai dasar bagi konstruksi akuntansi syariah. Dengan *sunatullah* tersebut, akuntansi syariah hanya dibangun berdasarkan pada aturan-aturan yang berasal dari Allah (Triyuwono, 2007).

Stakeholder yang kedua dari *Sharia Enterprise Theory* adalah manusia. Dalam konsep ini, manusia dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu *direct stakeholders* dan *indirect stakeholders*. *Direct stakeholders* merupakan pihak-pihak yang secara langsung terkait dengan bisnis perusahaan. Mereka memberikan kontribusi kepada perusahaan, baik dalam bentuk kontribusi keuangan (*financial contribution*) maupun kontribusi non keuangan (*non financial contribution*). Contohnya adalah pemegang saham, manajer karyawan, kreditur, pemasok, pemerintah, dan lain-lain. Mereka telah memberikan kontribusi secara langsung sehingga berhak untuk mendapatkan kesejahteraan dari perusahaan. Sedangkan *indirect contribution* merupakan pihak-pihak yang tidak secara langsung memberikan kontribusi kepada perusahaan, baik kontribusi keuangan maupun non keuangan. Namun secara syariah mereka adalah pihak-pihak yang memiliki hak untuk mendapatkan kesejahteraan dari perusahaan (Triyuwono, 2006, 2007).

Kelompok *stakeholder* yang ketiga dari *Sharia Enterprise Theory* adalah alam. Alam merupakan pihak yang memberikan kontribusi bagi hidup-matinya perusahaan sebagaimana pihak Allah dan manusia. Perusahaan dapat berkelanjutan secara fisik karena mendirikan usaha di bumi Allah, menggunakan bahan baku yang tersebar di alam, memberikan jasa kepada pihak lain dengan menggunakan energi yang tersedia di alam, dan lain-lain. Meskipun demikian, alam tidak menghendaki distribusi kesejahteraan dalam bentuk uang seperti yang

diinginkan oleh manusia. Wujud distribusi kesejahteraan yang dapat diberikan oleh perusahaan dapat berupa kepedulian terhadap pelestarian alam, pencegahan pencemaran, dan lain-lain (Triyuwono, 2007).

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa *Sharia Enterprise Theory* tidak menempatkan manusia sebagai pusat dari segala sesuatu sebagaimana yang dipahami oleh antroposentrisme. Namun sebaliknya, *Sharia Enterprise Theory* menempatkan Allah sebagai pusat dari segala sesuatu. Allah merupakan pusat kembalinya manusia dan alam semesta sehingga manusia, sebagai *khalifah fil ardh*, memiliki konsekuensi untuk patuh terhadap semua hukum Allah (Triyuwono, 2007). Teori *Sharia Enterprise Theory* dapat digunakan untuk memahami kandungan nilai-nilai dakwah dalam laporan tahunan bank syariah. Dalam konteks laporan tahunan, *Sharia Enterprise Theory* menghendaki keseimbangan penyampaian informasi antara realitas ekonomi dan realitas spiritual (Islam).

2.6 Nilai-nilai Dakwah

Racius (2004) menjelaskan bahwa secara epistemologi, dakwah memiliki makna *addressing, calling, appealing, requesting, demanding*, atau *to worshiping*. Sedangkan Walker (1995) mengemukakan pengertian dakwah yang lebih inklusif yaitu sebagai,

concepts of summoning, calling on, appealing to, invocation, prayer (for and against something or someone), propaganda, missionary activity, and finally legal proceedings and claims (dikutip dalam Racius, 2004).

Di dalam Alquran, kata “dakwah” memiliki tiga makna utama (Racius, 2004). Makna tersebut antara lain (1) menyembah Tuhan atau *idols*; (2) *addressing, asking and calling* (Tuhan, *idols*, manusia); dan (3) ajakan untuk beragama (Islam atau lainnya). Semua makna tersebut memiliki makna berkonotasi religius. Namun, makna yang ketiga, selain mencerminkan hubungan langsung antara manusia dan Tuhannya, makna tersebut juga menyiratkan adanya seorang perantara dakwah atau *da'i*. Penelitian ini cenderung merujuk pada makna dakwah yang ketiga.

Menurut Saputra (2011), ditinjau dari segi bahasa, “dakwah” berarti panggilan, seruan, atau ajakan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa Arab disebut *mashdar*. Sedangkan bentuk kata kerjanya berarti memanggil, menyeru, atau mengajak.

Dalam pengertian istilah, para ahli memberikan definisi yang bervariasi. Makhfudh (dalam Saputra, 2011) mengatakan, dakwah adalah mendorong manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk (agama), menyeru kepada kebaikan dan mencegah mereka dari perbuatan munkar agar memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.

Sedangkan Latif (dalam Munir dan Ilaihi, 2009) menyatakan bahwa dakwah adalah setiap usaha aktivitas dengan lisan maupun tulisan yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan menaati Allah sesuai dengan akidah dan syariat serta akhlak Islamiah.

Sementara itu, Shihab (dalam Munir dan Ilaihi, 2009) mendefinisikan dakwah sebagai seruan atau ajakan kepada keinsafan, atau usaha mengubah situasi yang

tidak baik kepada situasi yang lebih baik dan sempurna baik terhadap pribadi maupun masyarakat.

Dari definisi-definisi tersebut Munir dan Ilaihi (2009) merumuskan bahwa dakwah mencakup pengertian antara lain:

1. Dakwah merupakan aktivitas atau kegiatan yang bersifat menyeru atau mengajak orang lain untuk mengamalkan Islam.
2. Dakwah adalah suatu proses penyampaian ajaran Islam yang dilakukan secara sadar dan sengaja.
3. Dakwah adalah aktivitas yang pelaksanaannya dapat dilakukan dengan berbagai cara dan metode.
4. Dakwah adalah kegiatan yang direncanakan dengan tujuan mencari kebahagiaan hidup dengan berlandaskan keridhaan Allah.
5. Dakwah adalah usaha peningkatan pemahaman keagamaan untuk mengubah pandangan hidup, sikap batin, dan perilaku umat yang tidak sesuai dengan ajaran Islam sehingga menjadi sesuai dengan tuntutan syariat untuk memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Saputra (2011) menjelaskan bahwa pola dakwah dapat dipahami dengan tiga hal, yaitu dakwah kultural, dakwah politik, dan dakwah ekonomi. Menurutnya, dakwah ekonomi adalah aktivitas dakwah umat Islam yang berusaha mengimplementasikan ajaran Islam yang berhubungan dengan proses ekonomi dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan. Dakwah ekonomi berusaha mengajak umat Islam untuk meningkatkan ekonomi dan kesejahteraannya.

Menurut Ulfah (2012), keberhasilan dakwah tidak terlepas dari unsur-unsur yang melekat dalam dakwah itu sendiri. Unsur-unsur tersebut mempunyai peranan yang cukup penting sehingga dakwah dapat diterima. Munir dan Ilaihi (2009) menjelaskan, unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut antara lain *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (objek dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), *thariqah* (metode dakwah), dan *atsar* (efek dakwah). Penjelasan masing-masing unsur tersebut adalah sebagai berikut.

- a. *Da'i* adalah orang yang melaksanakan dakwah baik secara lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok, atau lewat organisasi atau lembaga.
- b. *Mad'u* adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun non Islam, atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan. Kepada manusia yang belum beragama Islam, dakwah bertujuan mengajak mereka untuk mengikuti agama Islam. Sedangkan kepada orang-orang yang beragama Islam, dakwah bertujuan meningkatkan kualitas iman, Islam, dan ihsan.

Abduh (dikutip oleh Munir dan Ilaihi, 2009) membagi *mad'u* menjadi tiga golongan. Pertama, golongan cerdik cendikiawan yang cinta kebenaran, dapat berpikir secara kritis, dan cepat dapat menangkap persoalan. Kedua, golongan awam, yaitu orang kebanyakan yang belum dapat berpikir secara kritis dan mendalam, serta belum dapat menangkap pengertian-pengertian

yang tinggi. Ketiga, golongan yang berbeda dengan kedua golongan tersebut, mereka senang membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas tertentu saja dan tidak mampu membahasnya secara mendalam.

c. *Maddah* adalah isi pesan atau materi yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. Secara umum, materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga masalah pokok, antara lain:

1. Akidah (keimanan)

Kata akidah berasal dari bahasa Arab *'aqad*, yang artinya ikatan. Karim (2004) menjelaskan bahwa akidah adalah sesuatu yang dengannya diikat hati dan perasaan manusia atau yang dijadikan agama oleh manusia dan dijadikannya pegangan. Akidah merupakan bentuk pengakuan secara sadar mengenai keyakinan, keimanan, dan kepercayaan bahwa ada suatu Zat Yang Esa yang telah menciptakan alam beserta isinya, yaitu Allah.

Karim (2004) melanjutkan, sebagai bentuk cinta kasih Allah kepada manusia yang telah diciptakan-Nya, Dia kemudian menunjukkan manusia-manusia pilihan untuk membimbing kehidupan manusia agar tidak tersesat. Manusia-manusia pilihan ini adalah para nabi dan rasul. Allah mewahyukan bimbingan dan petunjuk hidup ini kepada para nabi dan rasul lewat perantaraan malaikat. Bimbingan dan petunjuk dari Allah ini kemudian dikumpulkan dan ditulis menjadi kitab-kitab. Setelah bimbingan dan petunjuk tersebut disampaikan kepada manusia, maka nanti akan diadakan perhitungan terhadap hasil perbuatan manusia selama hidup di dunia.

Perhitungan tersebut akan terjadi di suatu kehidupan setelah di dunia, yakni akhirat.

Namun demikian, Karim (2004) berpendapat bahwa menjalani kehidupan di dunia ini tidaklah selalu mudah dan mulus. Untuk menghadapi ujian hidup, manusia memerlukan suatu bekal mental yang memberikan kekuatan dan kesanggupan untuk menanggulangnya. Bekal tersebut adalah keyakinan kepada takdir. Menurut Sabiq (dikutip oleh Karim, 2004), takdir ialah suatu peraturan tertentu yang telah dibuat oleh Allah untuk segala yang ada dalam alam semesta yang maujud. Peraturan tersebut merupakan undang-undang umum atau kepastian-kepastian yang diikatkan di dalamnya antara sebab dan musababnya, juga antara sebab dan akibatnya.

Semua pokok-pokok keyakinan di atas terangkum dalam hadis nabi. Nabi Muhammad menjelaskan bahwa pokok-pokok keimanan (rukun iman) adalah bahwa,

hendaklah engkau beriman kepada Allah, malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya, rasul-rasul-Nya, hari akhir, dan beriman pula kepada takdir yang baik ataupun yang buruk (H.R. Muslim).

2. Syariah

Karim (2004) menjelaskan bahwa syariah berasal dari kata bahasa Arab yang secara harfiah berarti jalan yang ditempuh atau garis yang mestinya dilalui. Secara terminologi, syariah adalah peraturan-peraturan dan hukum yang telah digariskan oleh Allah, atau telah digariskan pokok-pokoknya dan dibebankan kepada kaum muslimin supaya mematuhi, supaya syariah ini

diambil oleh orang Islam sebagai penghubung di antaranya dengan Allah dan diantaranya dengan manusia (Syalthut, dikutip oleh Karim, 2004).

Syariat Islam terdiri dari dua bagian, yaitu ibadah dan muamalah. Ibadah merupakan bagian syariah yang mengatur hubungan antara manusia dengan Allah (*hablum minallah*). Sedangkan muamalah merupakan bagian syariah yang mengatur hubungan antara sesama manusia (*hablum minannas*). Bagian ibadah terangkum dalam rukun Islam, yaitu syahadat, salat, puasa, zakat, dan haji. Sedangkan bagian muamalah mencakup semua aspek hidup manusia dalam interaksinya dengan manusia lain, mulai dari masalah pernikahan, perdagangan/ekonomi, sosial, sampai politik (Karim, 2004).

3. Akhlak

Menurut Munir dan Ilaihi (2009) secara epistemologi, kata akhlak berasal dari bahasa Arab yang berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku, atau tabiat. Ajaran akhlak dalam Islam pada dasarnya meliputi kualitas perbuatan manusia yang merupakan ekspresi dari kondisi kejiwaannya. Akhlak dalam Islam bukanlah norma ideal yang tidak dapat diimplementasikan, dan bukan pula sekumpulan etika yang terlepas dari kebaikan norma sejati.

Sedangkan menurut Karim (2004), akhlak sering disebut sebagai ihsan (berasal dari kata Arab *hasan*, yang berarti baik). Definisi ihsan dinyatakan oleh Nabi dalam hadis berikut.

Ihsan adalah engkau beribadah kepada Tuhanmu seolah-olah engkau melihat-Nya sendiri, walaupun engkau tidak melihat-Nya, maka Ia melihatmu (H.R. Muslim).

Pentingnya akhlak dalam ajaran Islam digambarkan dalam dialog antara Nabi dengan seorang sahabat sebagai berikut.

“Ya Rasulullah, Fulanah terkenal rajin salat dan puasa serta banyak sedekahnya tetapi ia suka menyakiti tetangga dengan perkataannya.” Nabi bersabda: “Ia masuk neraka.” Kemudian orang tersebut bertanya lagi: “Ya Rasulullah, Fulanah terkenal dengan sedikit salat dan puasanya dan ia bersedekah sedikit dengan sisa-sisa makanannya. Namun tidak suka menyakitinya tetangganya.” Nabi bersabda: “Ia masuk surga.” (H.R. Ahmad).

- d. *Wasilah* adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada *mad'u*. Terdapat berbagai macam media yang digunakan untuk menyampaikan dakwah Islam, antara lain melalui lisan, tulisan, lukisan, audiovisual, dan akhlak.
- e. *Thariqah* merupakan cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah Islam. Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah, peran metode sangatlah penting. Suatu pesan walaupun baik tetapi disampaikan melalui metode yang tidak benar maka pesan tersebut bisa saja ditolak oleh penerima pesan. Metode dalam berdakwah dijelaskan dalam surat An Nahl ayat 125 yang artinya:

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

Dalam ayat tersebut, metode dakwah terbagi menjadi tiga, antara lain:

1. *Bil al-Hikmah*, yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitikberatkan pada kemampuan *mad'u*

sehingga dalam menjalankan ajaran-ajaran Islam selanjutnya mereka tidak merasa terpaksa atau keberatan.

2. *Mau'izatul Hasanah*, yaitu berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan rasa kasih sayang sehingga nasihat dan ajaran tersebut dapat menyentuh hati mereka.
 3. *Mujadalah Billati Hiya Ahsan*, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan yang memberatkan pada *mad'u*.
- f. *Atsar* sering disebut dengan *feed back* atau umpan balik dari proses dakwah. *Atsar* merupakan unsur yang sangat penting. Tanpa menganalisis *atsar* dakwah, maka kemungkinan kesalahan strategi yang sangat merugikan pencapaian tujuan dakwah dapat terjadi bahkan terulang kembali. Sebaliknya, dengan menganalisis *atsar* dakwah secara cermat maka kesalahan strategi dakwah akan segera diketahui untuk diadakan penyempurnaan pada langkah-langkah berikutnya (*corrective action*).

2.7 Teori Semiotik

Hoed (2008) menjelaskan bahwa semiotik adalah ilmu yang mengkaji tanda dalam kehidupan manusia. Artinya, semua yang hadir dalam kehidupan dapat dilihat sebagai tanda, yaitu sesuatu yang harus diberi makna. Mengenai tanda, Hoed (2008) membahasnya dengan dua pendekatan strukturalis dan pragmatis.

Para strukturalis seperti de Saussure (dikutip oleh Hoed, 2008) melihat tanda sebagai pertemuan antara bentuk (yang tercitra dalam kognisi seseorang, disebut

dengan istilah *signifier* atau penanda) dan makna atau isi (yang dipahami oleh manusia pemakai tanda, disebut dengan istilah *signified* atau petanda). De Saussure (dikutip oleh Hoed, 2008) melihat tanda sebagai sesuatu yang menstruktur dan terstruktur di dalam kognisi manusia. Hubungan antara bentuk dan makna tidak bersifat pribadi tetapi sosial, yaitu didasari oleh “kesepakatan” (konvensi) sosial.

Sementara para pragmatis seperti Peirce (dikutip oleh Hoed, 2008) melihat tanda sebagai “sesuatu yang mewakili sesuatu”. “Sesuatu” tersebut dapat berupa hal yang konkret (dapat ditangkap panca indera manusia), yang kemudian melalui suatu proses, mewakili “sesuatu” yang ada di dalam kognisi manusia. Dalam teorinya, “sesuatu” yang pertama adalah suatu “perwakilan” yang disebut *representamen*, sedangkan “sesuatu” yang ada di dalam kognisi disebut *object*. Proses hubungan dari representasi ke objek disebut semiosis. Proses ini kemudian berlanjut pada proses *interpretant* (proses penafsiran).

Sedangkan menurut Piliang (2004), semiotika mempelajari elemen-elemen tanda di dalam sebuah sistem berdasarkan aturan main dan konvensi tertentu, serta mengkaji peran tanda sebagai bagian dari kehidupan sosial. Menurutnya, salah satu cabang semiotika yang cukup populer adalah semiotika teks. Semiotika teks merupakan cabang semiotika yang secara khusus mengkaji teks dalam berbagai bentuk dan tingkatannya.

Menurut Hoed (2008), hal pertama yang menonjol dalam semiotik teks adalah adanya berbagai definisi tentang pengertian teks itu sendiri. Teks adalah suatu satuan kebahasaan (verbal) yang mempunyai wujud dan isi, atau segi ekspresi dan

segi isi. Hoed (2008) menjelaskan bahwa untuk dapat disebut teks maka harus memenuhi kriteria tekstualitas, yaitu memiliki kohesi (di antara unsur-unsurnya terdapat kaitan semantis yang ditandai secara formal), koherensi (segi isinya dapat berterima karena memenuhi logika tekstual), intensionalitas (teks diproduksi dengan maksud tertentu), keberterimaan (berterima bagi pembaca/masyarakat pembaca), intertekstualitas (mempunyai kaitan secara semantis dengan teks lain), informativitas (mengandung informasi dan pesan tertentu).

Hoed (2008) melanjutkan, salah satu pendekatan dalam semiotik teks adalah yang dilakukan oleh Barthes, yaitu melihat teks sebagai tanda yang harus dilihat sebagai memiliki segi ekspresi dan isi. Dengan demikian, sebuah teks dilihat (1) sebagai suatu maujud (*entity*) yang mengandung unsur kebahasaan, (2) sebagai suatu maujud yang untuk memahaminya harus bertumpu pada kaidah-kaidah dalam bahasa teks tersebut, dan (3) sebagai suatu bagian dari kebudayaan sehingga tidak dapat dilepaskan dari konteks kebudayaan sehingga tidak dapat dilepaskan dari konteks budayanya dan lingkungan spasiotemporal, yang berarti harus memperhitungkan faktor pemroduksi dan penerima teks (Hoed, 2008).

2.8 Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian tentang pengungkapan laporan keuangan perbankan syariah telah banyak dilakukan, namun fokus penelitian tentang nilai-nilai dakwah yang terkandung dalam laporan tahunan perbankan syariah dapat dikatakan masih terbatas. Tabel berikut menunjukkan ringkasan penelitian berkaitan dengan pengungkapan nilai-nilai dakwah dalam perbankan syariah.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Tujuan	Metode	Hasil	Saran
1.	Sofyan Syafri Harahap (2003)	Menganalisis pengungkapan nilai-nilai Islam dalam laporan tahunan BMI	Metode komparatif dan metode analitikal	Level dan luas pengungkapan laporan tahunan BMI lebih menekankan pada standar umum daripada standar akuntansi Islam	Menggunakan metode <i>in-depth analysis</i> dan survey pada beberapa bank syariah
2.	Roszaini Haniffa dan Mohammad Hudaib (2007)	Menganalisis <i>ethical identity</i> pada laporan keuangan bank syariah	<i>Content analysis</i> dengan membangun <i>Ethical Identity Index</i> (EII)	Terdapat disparitas yang besar antara <i>communicated</i> dan <i>ideal ethical identities</i> dalam laporan keuangan bank syariah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membandingkan antara <i>actual</i> dan <i>communicated</i>, serta <i>actual</i> dan <i>ideal ethical identity</i>. 2. Mengungkap media lain seperti koran dan majalah <i>in-house</i> 3. Melakukan wawancara dengan manajemen dan <i>stakeholders</i>
3.	Mohammad Taqiuddin Mohamad, Joni Tamkin Borhan, dan Mohd Afifuddin Mohamad (2012)	Menyoroti kelebihan dan kekuatan perbankan Islam dibandingkan sistem konvensional terutama dalam memmanifestasikan kesempurnaan Islam.	<i>Comparative method</i>	Sistem perbankan Islam dapat menjadi media baru dalam berdakwah dengan syarat kelebihan dan kekuatannya disadari oleh	Melakukan penelitian yang lebih komprehensif terhadap perbankan Islam.

				umat Muslim.	
4.	Siti Nuraini (2013)	Menganalisis dan memahami pengungkapan pesan dakwan dalam pelaporan keuangan BMI.	Analisis semiotik sosial Halliday	Praktik pelaporan BMI terdapat pesan dakwah berupa pesan akidah, syariah, dan akhlak.	1. Melakukan <i>indepth interview</i> sehingga data lebih komprehensif. 2. Mengkaji dengan “kacamata” linguistik berbeda sehingga pengetahuan akuntansi syariah semakin kaya dan lebih bermakna.

Sumber: Data sekunder diolah.

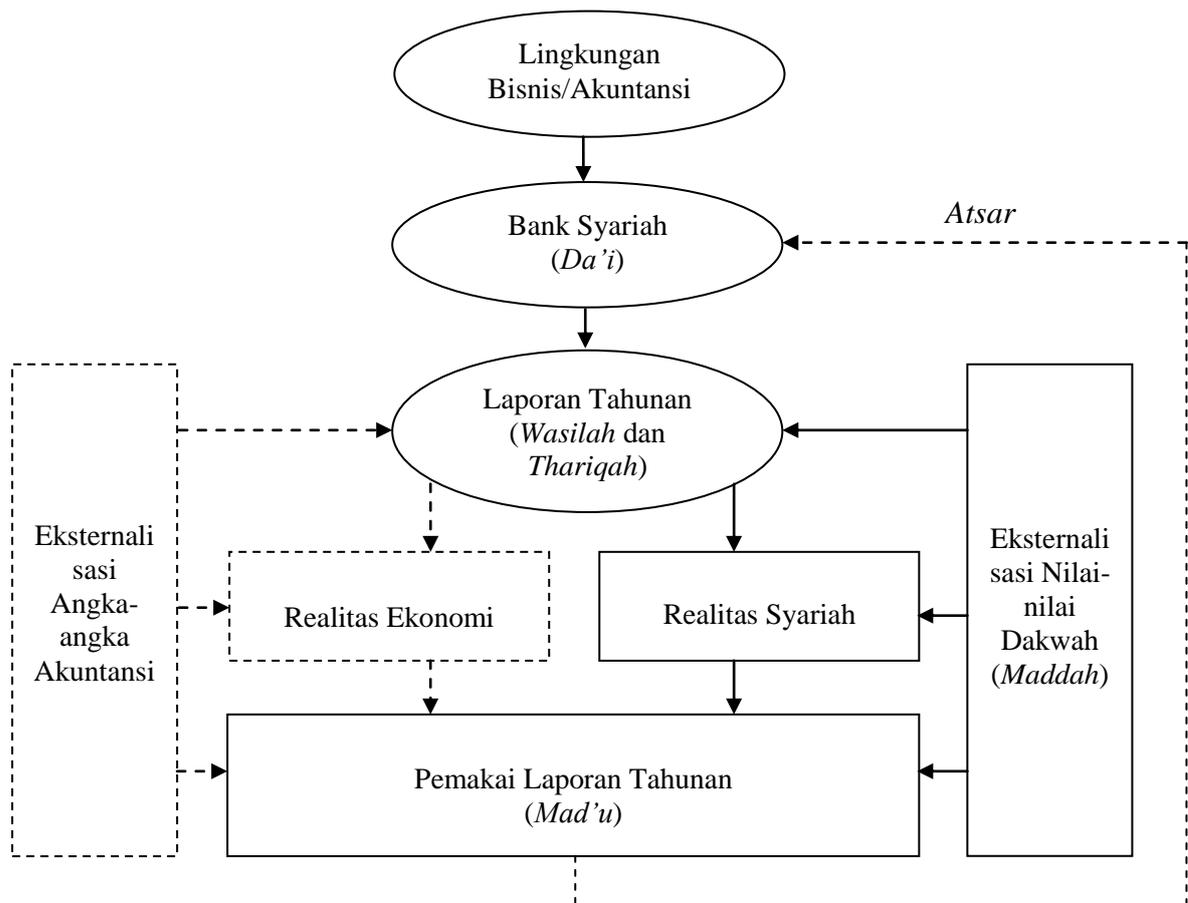
2.9 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian landasan teori yang telah dijelaskan, pembahasan mengenai perbankan syariah dalam mengungkapkan nilai dakwah di laporan tahunannya pada penelitian ini dapat digambarkan dengan kerangka pemikiran seperti dalam Gambar 2.1.

Dari Gambar 2.1 dapat dijelaskan bahwa dalam lingkungan bisnisnya, bank syariah dituntut untuk terus beroperasi melakukan aktivitas ekonomi. Bank syariah dipandang tidak hanya sebagai entitas bisnis namun juga sebagai *da'i*. Seperti halnya entitas bisnis yang lain, bank syariah juga menerbitkan *annual report* atau laporan tahunan. Laporan tahunan merupakan media utama pengkomunikasian segala hal yang berkaitan dengan perusahaan. Fungsinya sangat penting karena dijadikan sebagai sarana untuk mempertanggungjawabkan segala sesuatu yang dilakukan manajer atas sumber daya pemilik. Selain fungsi

tersebut, laporan tahunan bank syariah juga berfungsi sebagai *wasilah/media* dakwah yang memiliki metode/*thariqah* tertentu.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Catatan: arah panah tidak menunjukkan hubungan korelasi namun menunjukkan logika berpikir dalam memahami pengungkapan nilai-nilai dakwah dalam laporan tahunan bank syariah. Garis dan bentuk putus-putus menandakan unsur yang terdapat dalam bank syariah namun bukan merupakan fokus pada penelitian ini.

Sebagai entitas keuangan syariah, bank syariah dituntut untuk menjalankan aktivitas bisnisnya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Segala aktivitas bisnis yang dilakukan oleh bank syariah tercermin dalam laporan tahunan yang diterbitkan. Laporan tahunan tidak hanya berisi informasi kuantitatif namun juga dapat berisi informasi lain yang ingin disampaikan oleh perusahaan kepada

pemakai laporan tahunan/*mad'u*. Selain mencerminkan realitas ekonomi, laporan tahunan bank syariah juga mencerminkan realitas syariah sebagai landasan bisnisnya. Penelitian ini akan menganalisis eksternalisasi nilai-nilai dakwah yang merupakan cerminan realitas syariah dari aktivitas bank syariah. Nilai-nilai dakwah ini tercermin dalam bentuk *maddah*/materi dakwah.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Pemilihan desain penelitian meliputi lima langkah yang berurutan (Denzin dan Lincoln, dikutip oleh Chariri, 2009). Langkah pertama adalah dengan menempatkan bidang penelitian ini ke dalam pendekatan kualitatif. Menurut Somantri (2005), metode penelitian kualitatif berusaha mengkonstruksi realitas dan memahami maknanya sehingga sangat memperhatikan proses, peristiwa, dan otentisitas. Penelitian kualitatif dilakukan dalam *setting* tertentu yang ada dalam kehidupan riil dengan maksud menginvestigasi dan memahami fenomena. Tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk membuat fakta lebih mudah dipahami dan jika memungkinkan dapat menghasilkan hipotesis baru (Chariri, 2009). Oleh karena itu, penelitian ini tidak menggunakan angka-angka sebagai indikator variabel penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Langkah kedua adalah melakukan pemilihan paradigma teoritis penelitian, yaitu paradigma interpretif, sehingga dapat memandu proses penelitian. Langkah berikutnya adalah menghubungkan paradigma penelitian dengan dunia empiris lewat metodologi penelitian yang tepat yaitu semiotik. Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif karena memungkinkan peneliti untuk menganalisis dokumen dengan analisis semiotik melalui informasi *narrative text* yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan (Utomo, 2011).

Hoed (2008) mengatakan bahwa semiotik adalah ilmu yang mengkaji tanda dalam kehidupan manusia. Menurut Hoed (2008), semua yang hadir dalam kehidupan manusia dilihat sebagai tanda, yaitu sesuatu yang harus diberi makna.

Tanda yang dimaksud dalam penelitian ini adalah simbol, angka, gambar, dan tanda-tanda lain yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan, khususnya perusahaan perbankan syariah. Penelitian ini cenderung dimaksudkan untuk menginterpretasikan makna yang terkandung dalam *narrative text* dalam laporan tahunan perbankan syariah sehingga dapat dianalisis nilai-nilai dakwah yang terkandung di dalamnya.

Selanjutnya Hoed (2008) menjelaskan bahwa metodologi adalah cara dalam penelitian untuk memperoleh pengetahuan dan pemahaman dari objek yang diteliti serta bagaimana pengetahuan dan pemahaman itu memenuhi tujuan penelitian. Menurutnya, metodologi dapat dilihat pada tiga tataran antara lain paradigma yang digunakan, metode yang dipilih, dan teknik yang dipakai.

Langkah keempat dan kelima dari pemilihan desain penelitian ini adalah pemilihan metode pengumpulan data dan pemilihan metode analisis data (Denzin dan Lincoln, dikutip oleh Chariri, 2009).

3.2 Jenis dan Sumber Data

Menurut Hoed (2008), penelitian semiotik cenderung menggunakan dimensi metodologi dengan paradigma kualitatif, yaitu metode yang menggolongkan data atas data auditif, tekstual, dan audiovisual. Dalam kajian semiotik, data yang

dijadikan objek analisis pada umumnya adalah teks, baik sebagai perwakilan pengalaman maupun sebagai objek kajian (Hoed, 2008).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data yang dimaksud adalah laporan tahunan PT Bank Muamalat Indonesia dan PT Bank Syariah Mandiri yang diperoleh dari situs resmi PT Bank Muamalat Indonesia dan PT Bank Syariah Mandiri. Laporan tahunan yang digunakan sebagai sampel adalah laporan tahunan periode tahun 2012.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Terkait dengan pencarian data di lapangan, seorang peneliti kualitatif dituntut untuk secara jeli mengumpulkan data-data yang ada (Somantri, 2005). Dalam penelitian ini, data-data yang diperlukan dikumpulkan dengan metode dokumenter. Data dan informasi yang bersifat kualitatif diperoleh dengan cara membaca berbagai literatur seperti laporan tahunan bank syariah, buku, jurnal penelitian, makalah penelitian terdahulu, dan pencarian internet.

3.4 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah laporan tahunan PT Bank Muamalat Indonesia dan PT Bank Syariah Mandiri. Terdapat beberapa alasan yang melatarbelakangi pemilihan kedua perusahaan tersebut sebagai objek penelitian.

Bank Muamalat Indonesia merupakan bank syariah pertama di Indonesia yang didirikan pada tanggal 1 November 1991 dan mulai beroperasi pada 1 Mei 1992. Sampai dengan saat ini, Bank Muamalat Indonesia merupakan satu-satunya bank

yang murni syariah sejak pendiriannya di Indonesia. Pada saat krisis moneter, Bank Muamalat Indonesia terbukti mampu bangkit dari keterpurukan yang melanda industri perbankan di Indonesia. Sebagai bank pertama dan satu-satunya yang murni syariah, Bank Muamalat Indonesia berhasil memperoleh berbagai penghargaan baik di tingkat nasional maupun internasional. Penghargaan terakhir yang diperoleh adalah sebagai *The Most Innovative Islamic Bank Worldwide* yang didapatkan pada bulan Maret 2013 (<http://www.muamalatbank.com/>).

Bank Syariah Mandiri merupakan bank syariah terbesar di Indonesia yang didirikan pada tanggal 1 November 1999. Pada tahun 2012, Bank Syariah Mandiri berhasil menjadi bank syariah dengan laba terbesar yaitu Rp805,6 miliar. Pada tahun yang sama, Bank Syariah Mandiri juga merupakan bank syariah dengan aset terbesar yaitu Rp54,2 triliun. Selain itu, Bank Syariah Mandiri juga telah memperoleh berbagai penghargaan. Salah satu penghargaan yang diperoleh pada tahun 2013 adalah sebagai *The Best Islamic Bank in Indonesia 2013* yang diberikan oleh Euromoney (<http://www.syariahamandiri.co.id/>).

Pemilihan laporan tahunan sebagai objek penelitian dilatarbelakangi oleh beberapa hal. Alasan-alasan tersebut antara lain karena laporan tahunan merupakan *snapshot* dari pola pikir manajemen dalam periode tertentu (Neimark, dikutip oleh Haniffa dan Hudaib, 2007). Laporan tahunan memiliki potensi besar untuk mempengaruhi pembacanya karena distribusinya yang luas (Adams dan Harte, dikutip oleh Haniffa dan Hudaib). Laporan tahunan juga mudah diakses untuk tujuan penelitian dan merupakan satu-satunya sumber informasi mengenai

perusahaan bagi beberapa *stakeholders* (Deegan dan Rankin, dikutip oleh Haniffa dan Hudaib, 2007).

Berdasarkan alasan-alasan di atas, maka laporan tahunan PT Bank Muamalat Indonesia dan PT Bank Syariah Mandiri dijadikan sebagai objek dalam penelitian ini.

3.5 Analisis Data

Penelitian ini menganalisis data menggunakan analisis semiotik terhadap laporan tahunan PT Bank Muamalat Indonesia dan PT Bank Syariah Mandiri. Menurut Chandler (dikutip oleh Otubanjo dan Melewar, 2007), pendekatan semiotik adalah pendekatan yang menyajikan langkah-langkah bagaimana tanda-tanda (seperti identitas perusahaan, laporan sosial perusahaan, dan lain-lain) diinterpretasikan sehingga menghasilkan makna.

Otubanjo dan Melewar (2007) menjelaskan tahap-tahap metode analisis semiotik sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan mendeskripsikan teks.

Tahap pertama dari pendekatan semiotik adalah melampirkan salinan dari teks dan mengidentifikasi kekurangannya. Kemudian mendeskripsikan secara jelas tentang teks untuk meningkatkan pengakuan pengguna teks tersebut. Selanjutnya adalah mendeskripsikan dengan jelas media penyampaian teks (termasuk di kelompok mana media tersebut dipublikasikan).

2. Menguji sifat media yang digunakan untuk publikasi.

Tahapan ini menjelaskan sifat dari media yang digunakan untuk publikasi. Hal tersebut didiskusikan dengan mengacu pada cakupan, jangkauan, sasaran, angka sirkulasi, frekuensi penerbitan, sejarah, reputasi, dan kepemilikan media tersebut.

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

Tahapan ini mendiskusikan bagaimana media dianalisis berkaitan dengan perbedaan *type-token*, contohnya seperti apakah termasuk teks yang terletak di antara banyak teks (contoh: poster) atau termasuk unik (contoh: lukisan aktual). Selain itu, tahapan ini juga mendiskusikan bagaimana sebuah teks mempengaruhi interpretasinya.

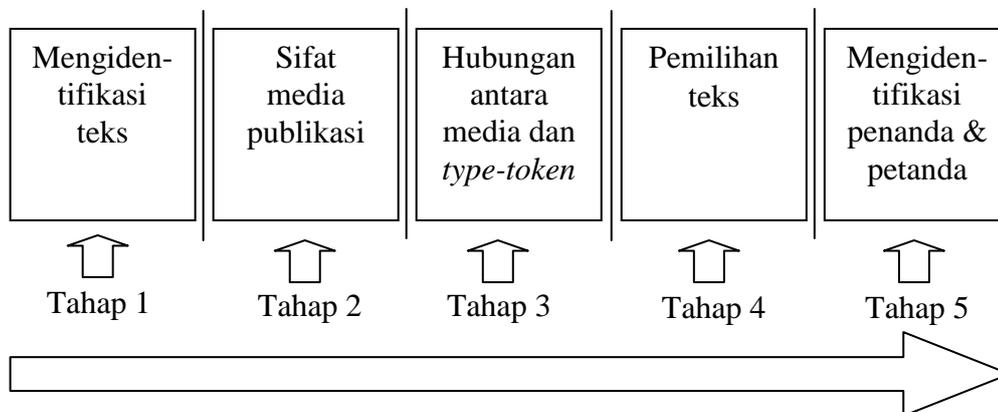
4. Mendiskusikan alasan mengapa teks tersebut dipilih.

Pada tahapan ini ditentukan manakah yang menjadi penanda dalam teks, apakah petanda, dan sistem apakah yang membuat tanda menjadi mempunyai makna.

5. Mengidentifikasi penanda dan petanda dalam publikasi tersebut.

Menurut Hall (dikutip oleh Otubanjo dan Melewer, 2007), penanda adalah media dari materi atau bagian fisik dari tanda (contoh: logo perusahaan, kata-kata yang tertulis pada iklan, slogan, dan gambar). Sedangkan petanda adalah konsep mental yang dimaksudkan oleh para penanda (de Saussure dikutip oleh Otubanjo dan Melewer, 2007).

Gambar 3.1
Lima tahapan analisis semiotik (Otubanjo dan Melewer, 2007)



Sumber: Otubanjo dan Melewer, “*Understanding The Meaning of Corporate Identity: An Conceptual And Semiological Approach*”, *Corporate Communication: An International Journal*, 2007.

Untuk melengkapi metode analisis semiotik tersebut, maka ditambahkan satu tahapan analisis. Tahapan analisis terakhir yaitu mengungkapkan hasil analisis dalam bentuk kajian deskriptif analitik yang dibahas pada bab IV.