

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Firmansyah (2014) melakukan penelitian mengenai ISR Sebagai Proksi Pengungkapan CSR Bank Muamalat Indonesia dan Bank Syariah Mandiri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa besarnya pengungkapan kinerja sosial bank umum syariah yang diwakili oleh kedua bank umum syariah tersebut masih jauh dari pengungkapan yang seharusnya.

Suhendi & Maya (2014) melakukan penelitian tentang *CSR Disclosure Evidence In Indonesia: Sharia And Non Sharia Bank*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum tidak ada perbedaan antara dua jenis bank.

Trisnawati (2014) melakukan penelitian mengenai Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Industri Perbankan Di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan Ukuran perusahaan (size) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Fauziah & Prabowo (2013) melakukan penelitian dengan judul Analisis Pengungkapan CSR Perbankan Syariah di Indonesia Berdasarkan *ISR Indeks*. Hasil penelitian menunjukkan skor indeks IRS tertinggi adalah Bank Muamalat

Indonesia dengan skor 73% dan skore terendah adalah Bank Panin Syariah dengan skore 41%.

Rahman & Abdullah (2013) melakukan penelitian dengan judul *The Influence of the Shariah Supervision Board on Corporate Social Responsibility Disclosure by Islamic Banks of Gulf Co-Operation Council Countries*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi pengaruh dewan pengawas syariah memiliki pengaruh positif yang signifikan pada pengungkapan CSR.

Lestari (2013) melakukan penelitian *Determinants Of Islamic Social Reporting In Syariah Banks: Case Of Indonesia*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas secara signifikan mempengaruhi tingkat ISR, tapi itu berlawanan untuk umur perusahaan dan proporsi komisaris independen.

Ahzar & Rina (2013) melakukan penelitian dengan judul *Pengungkapan Islamic Social Reporting Pada Bank Syariah di Indonesia*. Hasil analisis menunjukkan bahwa bank Mega Syariah dan BRI Syariah memperoleh skor tertinggi dalam pengungkapan tanggung jawab sosial, yaitu dengan mencapai prosentase masing-masing per tahun sebesar 50.68%. Sedangkan hasil terendah terdapat pada bank Bukopin Syariah dengan prosentase tiap tahunnya sebesar 45.21%.

Khabibah & Siti (2013) melakukan penelitian dengan judul *Analisis Hubungan Corporate Social Responsibility dan Corporate Financial Performance Pada Perbankan Syariah Di Indonesia*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat

hubungan positif antara CSR dengan ROE. Sebaliknya terdapat hubungan negatif antara CAR dengan CSR.

Efriyanti, dkk (2012) melakukan penelitian tentang Analisis Perbandingan Pengungkapan dan Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* Terhadap PT. Bank Negara Indonesia. Hasilnya menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh BNI pada tahun 2011 sudah sesuai dengan pelaksanaannya di masyarakat dan bahkan dirasakan oleh karyawan BNI.

Samina (2012) melakukan penelitian dengan judul *Practice of Corporate Social Responsibility in Islamic Banks of Bangladesh*. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif yang kuat antara CSR deposito, pinjaman dan profitabilitas pengeluaran dan sampel bank.

Fatimatuzzahra (2014) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Perbandingan Pengungkapan CSR antara Bank Syariah Indonesia dengan Bank Syariah Malaysia”. Perbedaan penelitian ini terletak pada sampel penelitiannya yang berjumlah 14 Bank Umum Syariah Indonesia dan Malaysia, dan menggunakan metode uji beda (*Independent Sample t-Test*).

Tabel 2.1
Tabel Rekapitulasi Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil
1.	Irman Firmansyah (2014)	ISR Sebagai Proksi Pengungkapan CSR Bank Muamalat Indonesia dan Bank Syariah Mandiri	Pengungkapan Kinerja Sosial Syariah	<i>Content analysis</i>	Besarnya pengungkapan kinerja sosial bank umum syariah yang diwakili oleh kedua bank umum syariah tersebut masih jauh dari pengungkapan yang seharusnya.
2.	Suhendi & Maya (2014)	<i>CSR Disclosure Evidence In Indonesia: Sharia And Non Sharia Bank</i>	Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD)	<i>Content analys & Mann-Whitney</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum tidak ada perbedaan antara dua jenis bank.
3.	Trisnawati (2014)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan Corporate Social	Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Manajerial dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)	Analisis regresi berganda	Ukuran perusahaan (size) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Profitabilitas (ROA, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Manajerial tidak

		Responsibility (CSR) Industri Perbankan Di Indonesia			berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
4.	Fauziah & Prabowo (2013)	Analisis Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perbankan Syariah Di Indonesia Berdasarkan Islamic Social Reporting Indeks	Indeks Islamic Social Reporting (ISR)	<i>Content analysis</i>	Hasil penelitian menunjukkan skor indeks IRS tertinggi adalah Bank Muamalat Indonesia dengan skor 73% dan skor terendah adalah Bank Panin Syariah dengan skor 41%.
5.	Rahman & Abdullah (2013)	<i>The Influence of the Shariah Supervision Board on Corporate Social Responsibility Disclosure by Islamic Banks of Gulf Co-Operation Council Countries</i>	Dewan Pengawas syariah	<i>Content analysis</i> dan analisis regresi	Bahwa kombinasi pengaruh dewan pengawas syariah memiliki pengaruh positif yang signifikan pada pengungkapan CSR .
6.	Lestari (2013)	<i>Determinants Of Islamic Social Reporting In Syariah Banks: Case Of Indonesia</i>	Ukuran perusahaan, profitabilitas, usia perusahaan, dan proporsi komisaris independen	<i>Content analysis</i>	Ukuran perusahaan dan profitabilitas secara signifikan mempengaruhi tingkat ISR , tapi itu berlawanan untuk umur perusahaan dan proporsi komisaris independen.
7.	Ahzar & Rina	Pengungkapan	<i>Corporate Social</i>	<i>Content analysis</i>	Hasil analisis

	(2013)	Islamic Social Reporting Pada Bank Syariah Di Indonesia	<i>Responsibility, Islamic Social Reporting, Bank Syariah</i>		menunjukkan bahwa bank Mega Syariah dan BRI Syariah memperoleh skor tertinggi dalam pengungkapan tanggung jawab sosial, yaitu dengan mencapai prosentase masing-masing per tahun sebesar 50.68%. Sedangkan hasil terendah terdapat pada bank Bukopin Syariah dengan prosentase tiap tahunnya sebesar 45.21%.
8.	Khabibah & Siti (2013)	Analisis Hubungan Corporate Social Responsibility Dan Corporate Financial Performance Pada Perbankan Syariah Di Indonesia	ROA, ROW, CAR, NPM, ISR.	Analisis korelasi	Terdapat hubungan positif antara CSR dengan ROE. Terdapat hubungan negatif antara CAR dengan CSR.
9.	Efriyanti, dkk (2012)	Analisis Perbandingan Pengungkapan dan Pelaksanaan Corporate Social Responsibility	Pengungkapan Corporate Social Responsibility	Pendekatan studi kasus.	Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilakukan oleh BNI pada tahun 2011 sudah sesuai dengan pelaksanaannya di

		Terhadap Pt.Bank Negara Indonesia			masyarakat dan bahkan dirasakan oleh karyawan BNI itu sendiri.
10.	Samina (2012)	<i>Practice of Corporate Social Responsibility in Islamic Banks of Bangladesh</i>	CSR deposito , pinjaman, profitabilitas dan pengeluaran	Alat statistik rata-rata dan analisis korelasi	Korelasi positif yang kuat antara CSR deposito, pinjaman dan profitabilitas pengeluaran dan sampel bank .

Tabel 2.2
Persamaan dan Perbedaan Hasil Penelitian

Indikator/Ket	Persamaan	Perbedaan
1. Variabel	Faktor-faktor yang mempengaruhi CSR	<i>Islamic Social Reporting</i> dan tambahan item-item pada indeks <i>ISR</i>
2. Sampel	Perbankan yang terdaftar di JII dan Bank Konvensional	Bank Umum Syariah Indonesia dan Malaysia
3. Metode Analisis	Regresi linear berganda dan regresi moderasi	<i>Content Analys</i> dan <i>Independent sample t-test</i>

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Perkembangan Konsep *Corporate Social Responsibility*

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan *corporate social responsibility* (CSR). Tidak terlepas dari konteks waktu pada saat konsep ini berkembang dan berbagai faktor yang terjadi di lingkungan internal maupun eksternal perusahaan yang mempengaruhi perkembangan konsep CSR, adalah sebagai berikut (Solihin, 2008:15):

1. Perkembangan konsep CSR di era tahun 1950-1970-an

Konsep awal tanggung jawab sosial (*corporate responsibility*) dari suatu perusahaan secara eksplisit baru dikemukakan oleh Bowen yang dikembangkan oleh Davis beragumen: “tanggung jawab sosial para pelaku bisnis akan sejalan dengan kekuasaan sosial yang mereka miliki. Oleh karenanya bila pelaku usaha mengabaikan tanggung jawab sosialnya maka hal ini bisa mengakibatkan merosotnya kekuatan sosial perusahaan”. Argumen inilah yang menjadi cikal bakal bagi identifikasi kewajiban perusahaan yang akan mendorong munculnya konsep CSR di era tahun 1970-an.

2. Perkembangan konsep CSR di era tahun 1970-1980

Pada tahun 1971, *Committee for Economic Development* (CED) yang merupakan gabungan kelompok perusahaan di Amerika, menerbitkan *social responsibilities of business corporation* yang dapat dianggap sebagai panduan dalam bisnis yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan masyarakat.

Dalam laporannya, CED secara jelas mengakui bahwa eksistensi perusahaan ditengah lingkungan masyarakat diikat oleh kontrak sosial. Substansi kontrak sosial tersebut mengalami perkembangan dan perubahan signifikan yaitu pelaku bisnis dituntut untuk memikul tanggungjawab secara lebih luas kepada masyarakat, sampai pada pengindahan dan pengedepanan beragam nilai sosial kemasyarakatan yang mengitari. Perusahaan dituntut untuk memberikan kontribusi terhadap kenaikan kehidupan masyarakat, yang bukan hanya sekedar memproduksi dan memasok barang dan jasa bagi masyarakat.

Untuk itu, tanggungjawab sosial semakin penting untuk mengurangi dampak negatif, disamping itu juga memiliki *multiplier effect* besar terhadap pengurangan beban sosial masyarakat. Hal itu sejalan dengan pendapat Drucker (1974), bahwa.....*the conscience of a business is measured by its public espousal of popular social goals and the highest moral development it the best intentions.*

3. Perkembangan konsep CSR di era tahun 1990-an sampai saat ini.

Dalam era ini, persatuan bangsa-bangsa melalui *World Commission on Environment and Development* (WEDC) menerbitkan laporan berjudul “*Our Common Future*”, menjadikan isu-isu lingkungan sebagai agenda politik yang bertujuan mendorong pengambilan kebijakan pembangunan yang lebih sentitif pada isu-isu lingkungan yang menjadi dasar dalam rangka melakukan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

2.2.2 Definisi *Corporate Social Responsibility*

Menurut Suharto (2006), konsep CSR sebagai sebuah tanggung jawab sosial perusahaan kini semakin diterima dengan luas. Walaupun ada beberapa pihak yang menganggapnya masih kontroversial, dimana mereka beragumen bahwa perusahaan sebagai pencari laba telah membayar sejumlah uang berupa pajak kepada negara untuk disalurkan kepada publik dalam rangka peningkatan kesejahteraan. Sementara, pihak yang berseberangan menyatakan bahwa perusahaan tidak dapat dipisahkan dari individu yang terlibat didalamnya, seperti pemilik dan karyawan. Oleh karena itu, sudah bukan saatnya perusahaan hanya memikirkan keuntungan finansial semata, tetapi juga harus memperdulikan hak dan kepentingan publik, khususnya yang berada di sekitar perusahaan.

Hingga saat ini belum ada definisi tetap atas tanggung jawab sosial, masing-masing pihak memiliki definisi dan interpretasi yang beragam mengenai CSR. Keragaman ini sesungguhnya merupakan cerminan dari perbedaan latar belakang serta pola pikir para praktisi yang mendefinisikan CSR, walaupun secara garis besar dapat terlihat bahwa mereka telah memiliki benang merah yang sama. Secara umum CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab yang dilakukan oleh perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis dan memenuhi seluruh aspek ekonomi, social dan lingkungan dengan baik demi pembangunan yang berkelanjutan.

Hadi (2011:59) menguraikan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*social responsibility*) menjadi tiga, yaitu:

1. *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumberdaya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan. Dengan demikian, *sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumberdaya agar tetap memperhatikan generasi masa datang.
2. *Accountability*, adalah upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktivitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal.
3. *Transparency*, merupakan prinsip yang penting bagi pihak eksternal. Transparansi berperan mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggung jawaban berbagai dampak dari lingkungan.

Mengenai pengungkapan CSR ini terdapat beberapa teori konvensional yang melatarbelakangi pelaksanaannya. Menurut Farook *et al.* (2011) yang menyimpulkan dari berbagai ahli bahwa diantara banyak literatur yang mendasari konsep pengungkapan CSR, teori-teori berbasis system atau *system-oriented theories* dianggap paling mewakili. *System-oriented theories* yang dimaksud diantaranya adalah sebagai berikut:

2.2.2.1 Teori *Stakeholder*

Perkembangan pengungkapan CSR semakin berkembang sampai saat ini, John Elkington (Solihin, 2008:30) mengemukakan konsep “*The Triple Bottom Line*” yang menyatakan bahwa perusahaan harus memperhatikan 3P, yaitu tidak hanya memikirkan *profit* tapi juga harus memberikan kontribusi pada masyarakat (*people*) serta aktif dalam melestarikan lingkungan (*planet*). Konsep *Triple Bottom Line* telah mengaitkan antara dimensi tujuan dan tanggung jawab, baik kepada *shareholder* maupun *stakeholder*.

Stakeholder dapat dikategorikan ke dalam beberapa kelompok, yaitu *stakeholder* primer, sekunder, dan *stakeholder* kunci. Sebagai gambaran pengelompokan tersebut pada berbagai kebijakan, program, dan proyek pemerintah (publik) dapat dibagi ke dalam *stakeholder* yang terdiri dari masyarakat dan tokoh masyarakat dan pihak manajer publik. Sedangkan *stakeholder* kunci adalah tokoh atau organisasi yang mampu menggerakkan prakara pengembangan masyarakat, bisa dari pihak pemerintah seperti bupati, DPR, serta dinas teknis yang terkait. (Rachman, 2011:89-92).

Apabila CSR dilakukan dengan baik maka kinerja perusahaan pun akan meningkat. Hal ini disebabkan karena para *stakeholder* telah percaya terhadap perusahaan yang menjalankan CSR merupakan perusahaan yang peduli akan masalah lingkungan dan sosial yang ada sehingga nantinya para *stakeholder* akan memberikan dukungan penuh atas segala tindakan yang dilakukan perusahaan selama tidak melanggar hukum.

2.2.2.2 Teori Legitimasi

Legitimasi masyarakat merupakan faktor yang dianggap penting penting bagi perusahaan untuk terus bertahan dan mengembangkan perusahaan ke depan. (Hadi, 2011:87) menyatakan bahwa legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat.

Organisasi memainkan peranan penting dalam masyarakat dan mempunyai tanggung jawab untuk diakui keberadaannya di dalam masyarakat. Perubahan nilai dan norma sosial dalam masyarakat sebagai konsekuensi perkembangan peradaban manusia, juga menjadi motivator perubahan legitimasi perusahaan disamping juga dapat menjadi tekanan bagi legitimasi perusahaan (Hadi, 2011:88).

Gray *et., al.* (Hadi, 2011:88) berpendapat bahwa legitimasi merupakan: “.....a systems-oriented view of organization and society...permits us to focus on the role of information and disclosure in the relationship between organizations, the state, individuals and group”.

Dari definisi tersebut diketahui bahwa legitimasi adalah sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada *society*, operasi perusahaan harus sesuai dengan harapan masyarakat.

Penggunaan teori legitimasi dalam penelitian ini memiliki implikasi bahwa program CSR dilakukan perusahaan dengan harapan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Ini berarti apabila perusahaan mendapatkan legitimasi dari masyarakat, maka perusahaan dapat terus bertahan dan berkembang di tengah-tengah masyarakat serta mendapatkan keuntungan pada masa datang.

2.2.2.2 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Agency Theory merupakan hubungan kontraktual antara pihak yang mendelegasikan pengambilan keputusan tertentu (*principal*/pemilik/pemegang saham) dengan *agent*/direksi/manajemen yang menerima pendelegasian tersebut (Alijoyo, 2004). Teori ini memfokuskan pada penentuan kontrak yang paling efisien yang mempengaruhi hubungan prinsipal dan agen. Ada beberapa asumsi dalam *agency theory*, yaitu:

1. *Agency Conflict*

Konflik yang timbul antara prinsipal dan agen akibat keinginan manajemen (*agent*) untuk menentukan tindakan yang sesuai dengan kepentingannya yang dapat mengorbankan kepentingan pemegang saham (prinsipal) untuk memperoleh *return* dan nilai jangka panjang perusahaan. *Agency conflict* timbul pada berbagai hal sebagai berikut:

1. *Moral-Hazard*

Manajemen memilih investasi yang paling sesuai dengan kemampuan dirinya dan bukan yang paling menguntungkan bagi perusahaan.

2. *Earning Retention*

Manajemen cenderung mempertahankan tingkat pendapatan perusahaan yang stabil, sedangkan pemegang saham lebih menyukai distribusi kas yang lebih tinggi melalui beberapa peluang investasi internal yang positif (*internal positive investement opportunities*).

3. *Risk Aversion*

Manajemen cenderung mengambil posisi aman untuk mereka sendiri dalam mengambil keputusan investasi. Mereka cenderung mengambil keputusan investasi yang sangat aman dan masih dalam jangkauan kemampuan manajer dan cenderung menghindari keputusan investasi yang dianggap menambah risiko bagi perusahaannya.

4. *Time-Horizon*

Manajemen cenderung hanya memperhatikan *cash flow* perusahaan sejalan dengan waktu penugasan mereka. Hal ini dapat menimbulkan bias dalam pengambilan keputusan yaitu berpihak pada proyek-proyek jangka pendek dengan pengambilan akuntansi yang tinggi dan kurang atau tidak berpihak pada proyek jangka panjang dengan pengambilan yang jauh lebih besar.

2. *Agency Problem*

Agency problem timbul sebagai akibat adanya kesenjangan antara kepentingan pemegang saham sebagai pemilik dan manajemen sebagai pengelola. Pemilik memiliki kepentingan agar dana yang diinvestasikan

mendapatkan *return* yang maksimal, sedangkan manajer berkepentingan terhadap perolehan insentif atas pengelolaan dana pemilik.

Konsep CSR juga terdapat dalam Islam. Fitria dan Hartanti (2010) menjelaskan bahwa lembaga yang menjalankan bisnisnya berdasarkan syariah pada hakekatnya mendasarkan pada filosofi dasar Al Qur'an dan sunnah, sehingga hal ini menjadikan dasar bagi pelakunya dalam berinteraksi dengan lingkungan dan sesamanya. Dari penjelasan diatas telah dijelaskan dalam firman Allah yaitu:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا ۚ إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ ﴿٥٦﴾

Atinya:

“dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah Amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik”. (QS. Al-A'raf: 56)

Perbankan syariah merupakan salah satu lembaga bisnis yang menjalankan operasionalnya sesuai syariah. Dusuki dan Dar (2005) menyatakan bahwa pada perbankan syariah tanggung jawab sosial sangat relevan untuk dibicarakan mengingat beberapa faktor yaitu perbankan syariah berlandaskan syariah yang beroperasi dengan landasan moral, etika dan tanggung jawab sosial dan adanya prinsip atas ketaatan pada perintah Allah dan khalifah.

Islam sebagai cara hidup memberikan panduan bagi umatnya untuk beradaptasi dan berkembang sesuai dengan jamannya. Islam memungkinkan

umatnya untuk berinovasi dalam muamalah, namun tidak dalam akidah, ibadah dan akhlaq. Lembaga yang menjalankan bisnisnya berdasarkan syariah pada hakekatnya mendasarkan pada filosofi dasar Al Qur'an dan Sunah. Sehingga hal ini menjadikan dasar bagi pelakunya dalam berinteraksi dengan lingkungan dan sesamanya. Oleh karenanya ikatan hubungan antara institusi dengan lingkungannya dalam konsep syariah akan lebih kuat ketimbang dalam konsep konvensional, karena pada syariah didasarkan pada dasar-dasar religius.

Dalam islam manusia bertanggungjawab terhadap Allah dalam melaksanakan aktivitasnya dan segenap aktivitas dijalankan untuk mencapai RidhoNya. Sehingga hubungan dan tanggungjawab antara manusia dengan Allah ini akan melahirkan kontrak religius (*divine contract*) yang lebih kuat dan bukan sekedar kontrak sosial belaka.

2.2.3 Pengungkapan (*disclosure*)

Pengungkapan menurut Haniffa (2002) yaitu membuat sesuatu menjadi diketahui atau mengungkapkannya sesuatu. Tingkat pengungkapan sangat dipengaruhi oleh sumber pembiayaan, sistem hukum, keadaan ekonomi dan politik, tingkat perkembangan ekonomi, tingkat pendidikan dan budaya.

Dalam prakteknya, pengungkapan berdasarkan hubungannya dengan persyaratan yang ditetapkan standar menurut Darrough (1993) dalam Riskiningsih (2012), terdiri dari dua macam yaitu:

1. Pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*)

Pengungkapan wajib merupakan pengungkapan yang disyaratkan oleh standart akuntansi yang berlaku dan oleh Badan Pengawas Pasar Modal yang

berwenang di negara yang bersangkutan. Jika perusahaan tidak bersedia untuk mengungkapkan informasi secara sukarela, pengungkapan wajib akan memaksa perusahaan untuk mengungkapkannya.

2. Pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*)

Pengungkapan sukarela merupakan pengungkapan komponen-komponen yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh peraturan yang berlaku.

Keputusan sebuah perusahaan untuk melakukan pengungkapan sukarela tergantung pada insentif yang akan diperolehnya. Namun biasanya pengungkapan sukarela dilakukan untuk mengurangi informasi yang asimetris dan adanya konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham.

Teori keagenan dalam Islam telah dilakukan seperti dalam transaksi:

1. *Mudharabah*

Mudharabah adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola. Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut. (Antonio, 2007:95)

...وَأَخْرُونَ يُقْتَلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ...

Artinya:

“... dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah...”(Al-Muzzammil:20)

Rukun *mudharabah* yaitu: (1) pelaku (pemilik modal maupun pelaksana usaha); (2) objek *mudharabah* (modal dan kerja); (3) persetujuan kedua belah pihak (*ijab-qabul*); (4) nisbah keuntungan.

Kontrak *mudharabah* secara langsung memiliki implikasi akan munculnya masalah-masalah *agency*, yang dapat mempengaruhi struktur pengelolaan kontrak. Ada dua varian ekspektasi yang perlu dipertimbangkan yaitu: (1) *Agency contracting cost expectation*, dan (2) *the governance structure expectation*. Varian yang berkaitan dengan *Agency contracting cost expectation* menggambarkan keadaan, bahwa kontrak *mudharabah* sangat rentan menimbulkan masalah *agency-contractual* dan berhubungan dengan biaya. Dalam hal ini berkaitan dengan masalah *adverse selection* dan *moral hazard* merupakan hal yang berpengaruh terhadap mekanisme bagi hasil.

Ada persamaan dan perbedaan antara masalah agensi dalam kontrak keuntungan modern dengan *mudharabah*. Persamaannya adalah dua cara yang dilakukan pemilik modal (*shahibul maal*) untuk mengurangi risiko akibat tindakan manajer (*mudharib*) yang merugikan dapat diterapkan untuk kontrak pembiayaan *mudharabah*. Namun ada perbedaan antara keduanya (keuangan modern an *mudharabah*) dalam menentukan masalah agensi. Masalah agensi dalam keuangan modern dihitung berdasarkan selisih antara hasil yang diharapkan (*expected return*) dengan hasil nyata (*actual return*). Sementara dalam kontrak *mudharabah* antara hasil yang diharapkan dengan

hasil nyata tidak dapat diselisihkan. Sebab dalam kontrak *mudharabah* hasil yang diharapkan tidak dapat dijadikan hasil yang dipastikan di depan. Tindakan memastikan hasil proyek di depan secara pasti adalah termasuk *riba*. (journal.uui.ac.id)

2. *Musyarakah*

Musyarakah adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (atau amal/*expertise*) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. (Antonio, 2007:90)

Secara umum pembiayaan *musyarakah* berpotensi besar terjadi *agency problem*, karena *principal* tidak memiliki informasi yang lengkap sedangkan agen memiliki informasi penuh terhadap usaha yang dijalankannya. Dengan adanya *margin* diawal telah meminimalisir terjadinya *agency problem*. Artinya adalah bahwa dengan tidak ikut sertanya *principal* dengan urusan agen secara manajemen berarti *assymetrical information* bahkan sudah tidak akan mungkin terjadi, artinya *agency problem* itu terjadi apabila sebagian memiliki informasi penuh sementara yang lain tidak. Sedangkan anggota hanya terkait dengan anggota kemitraan yaitu pinjam meminjam beberapa kewajiban yang harus dibayarkan setelah margin yang ditetapkan dari awal tersebut sehingga yang terjadi adalah transaksi dengan menamakan akad *musyarakah*. (Afrianto, 2007:79)

2.2.4 Dasar Falsafah Bank Syariah

Perbankan syariah atau perbankan Islam adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan prinsip syariah. Suatu perbankan dikatakan sebagai perbankan syariah karena dalam operasionalnya, bank tersebut mengacu pada prinsip syariah yang berlandaskan Al-Quran dan Sunnah untuk mengatur tata kelola bank tersebut. Pada umumnya yang dimaksud dengan bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah.

Melalui pembentukan dan pendirian perbankan syariah, tentu banyak tujuan dan manfaat yang ingin dicapai, terutama untuk membangun perekonomian umat. Namun dengan mengacu pada pengamalan Al-Quran, tujuan utama dari mendirikan perbankan syariah adalah untuk menghindari riba dan unsur-unsur lain yang dilarang serta untuk mencapai kemaslahatan di bidang ekonomi bagi semua orang. Riba adalah sesuatu yang telah diharamkan sehingga dilarang oleh agama. Larangan riba diantaranya tercantum dalam QS. Ali-Imron ayat 130.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا الرِّبَاۤ اَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا

اَللّٰهَ لَعَلَّكُمْ تَفْلِحُوْنَ ﴿١٣٠﴾

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”.

Menurut Muhammad (2008) ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk menghindari riba dan mencapai kemaslahatan di bidang ekonomi bagi semua orang, yaitu:

1. Menjauhkan diri dari unsur riba, caranya:

1. Menghindari penggunaan sistem yang menetapkan di muka secara pasti keberhasilan suatu usaha.
2. Menghindari penggunaan sistem persentasi untuk pembebanan biaya terhadap hutang atau pemberian imbalan terhadap simpanan yang mengandung unsur melipatgandakan secara otomatis hutang/simpanan hanya karena berjalannya waktu.
3. Menghindari penggunaan sistem perdagangan/penyewaan barang ribawi dengan imbalan barang ribawi lainnya dengan memperoleh kelebihan baik kuantitas maupun kualitas.
4. Menghindari penggunaan sistem yang menetapkan tambahan atas suatu hutang tanpa adanya kerelaan dari pemilik hutang.

2. Menerapkan sistem bagi hasil dan perdagangan Islam mendorong praktik bagi hasil tetapi mengharamkan bunga (riba). Keduanya sama-sama memberikan keuntungan bagi pemilik dana namun ada perbedaan yang sangat mendasar antara keduanya. Penentuan dunga dibuat pada saat akad atau kesepakatan dengan asumsi perusahaan harus selalu untung, sedangkan dalam bagi hasil, penentuan besarnya rasio bagi hasil dibuat pada waktu kesepakatan dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi.

2.2.5 Perkembangan *Islamic Social Reporting*

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

Konsep akuntabilitas sosial terkait dengan prinsip pengungkapan penuh dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan publik akan suatu informasi. Dalam konteks Islam, masyarakat mempunyai hak untuk mengetahui berbagai informasi mengenai aktivitas organisasi. Hal ini dilakukan untuk melihat apakah perusahaan tetap melakukan kegiatannya sesuai syariah dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hanya saja ketiadaan standar CSR secara syariah menjadikan pelaporan CSR perusahaan syariah menjadi tidak seragam dan standar. Standar yang dikeluarkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*) tidak dapat dijadikan sebagai suatu standar pengungkapan CSR karena tidak menyebutkan keseluruhan item-item terkait CSR yang harus diungkapkan suatu perusahaan.

Perkembangan yang pesat dari perbankan syariah di Indonesia membuat pemerintah perlu mengeluarkan regulasi mengenai CSR khusus bagi perbankan syariah. Regulasi tersebut adalah UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah. Pada pasal 4 ayat (1) dinyatakan bahwa bank syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS) wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat. Selanjutnya ayat; (2) dijelaskan bahwa bank syariah dan UUS dapat

menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga *baitul mal*, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat. Kemudian pada ayat; (3) disebutkan bahwa bank syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazir*) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (*wakif*).

Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia mengacu pada standar yang dikembangkan oleh GRI (*Global Reporting Initiatives*). Ikatan Akuntan Indonesia, Kompartemen Akuntan Manajemen (IAI-KAM) atau sekarang dikenal Ikatan Akuntan Manajemen Indonesia (IAMI) merujuk standar yang dikembangkan oleh GRI dalam pemberian penghargaan Indonesia *Sustainability Report Award (ISRA)* kepada perusahaan-perusahaan yang ikut serta dalam membuat laporan keberlanjutan atau *sustainability report*. Standar GRI dipilih karena memfokuskan pada standar pengungkapan berbagai kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dan pemanfaatan *sustainability reporting*.

Terkait dengan adanya kebutuhan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial pada perbankan syariah, peneliti-peneliti ekonomi syariah saat ini banyak yang menggunakan *Islamic Social Reporting Index (ISR)* untuk mengukur CSR institusi keuangan syariah. Indeks ISR diyakini dapat menjadi pijakan awal dalam hal standar pengungkapan CSR yang sesuai dengan perspektif Islam.

Indeks ISR pertama kali dikembangkan oleh Haniffa (2002) yang kemudian dikembangkan oleh Othman *et al.* (2009). Haniffa (2002) menyatakan bahwa terdapat keterbatasan pada kerangka pelaporan sosial yang dilakukan oleh lembaga konvensional sehingga ia mengemukakan kerangka konseptual *Islamic Social Reporting*.

Social reporting adalah perluasan dari sistem pelaporan keuangan yang merefleksikan perkiraan yang baru dan yang lebih luas dari masyarakat sehubungan dengan peran komunitas bisnis dalam perekonomian (Haniffa, 2002).

Menurut Maali, *et al.* (2006) ada beberapa hal yang penting dalam *social reporting* dalam perspektif Islam yaitu pemahaman mengenai akuntabilitas, keadilan sosial dan kepemilikan sosial. Akuntabilitas sangat dipengaruhi oleh antara hubungan individu perusahaan dengan Allah. Hal ini berdasarkan tauhid, yang menegaskan bahwa segala sesuatu harus dipertanggungjawabkan kepada Allah SWT dan segala sesuatu yang dilakukan harus sesuai dengan perintah-Nya. Keadilan sosial yang dimaksud Maali *et al.* (2006) adalah berlaku adil kepada siapa pun. Konsep keadilan sosial meliputi keadilan kepada karyawan, pelanggan dan seluruh anggota masyarakat dimana perusahaan beroperasi. Kemudian yang penting dalam ISR adalah konsep kepemilikan. Islam mengakui adanya kepemilikan individu, tetapi pada hakekatnya segala sesuatu adalah milik Allah SWT sehingga pemilik bertanggung jawab menggunakan sumber daya yang dimilikinya sesuai perintah Allah SWT dan bertujuan memberikan manfaat bagi ummat.

Penelitian ini menggunakan indeks *Islamic social reporting* yang digunakan oleh Rizkiningsih (2012) yang merupakan adaptasi dari penelitian Othman *et al.* (2009) dengan beberapa penyesuaian.

Indeks ISR dalam penelitian ini terdiri dari enam tema. Tema yang pertama adalah *finance and investment theme*. Tema ini berisi mengenai kegiatan keuangan dan investasi yang dilakukan oleh perusahaan. Indikatornya antara lain kegiatan yang mengandung *riba* (contoh: beban bunga dan pendapatan bunga), kegiatan yang mengandung ketidakjelasan (*gharar*) termasuk di dalamnya unsur judi, zakat (jumlah dan penerimanya), kebijakan atas pembayaran tertunda dan penghapusan hutang tak tertagih, kegiatan investasi (secara umum) serta proyek pembiayaan (secara umum).

Tema indeks ISR yang kedua adalah *product and service theme*. Tema ini berisi tentang produk dan pelayanan perusahaan. Indikatornya adalah persetujuan DPS untuk suatu produk baru, definisi setiap produk dan pelayanan atas keluhan konsumen.

Tema indeks ISR yang ketiga adalah *employee theme*. Tema ini terdiri dari sebelas *item* yang menjelaskan mengenai perlakuan perusahaan terhadap karyawan yang dipekerjakan. *Item* nya antara lain jam kerja, hari libur, tunjangan, renumerasi, pengembangan SDM, kesetaraan hak pria dan wanita, keterlibatan karyawan, kesehatan dan keselamatan, lingkungan kerja, karyawan dari kelompok khusus serta tempat beribadah yang memadai bagi karyawan.

Tema keempat adalah *Society (Community Involvement) Theme*. Tema ini berisi sepuluh *item* mengenai kegiatan sosial yang dilakukan oleh

perusahaan. Beberapa *item* dalam tema ini sudah sesuai dengan prinsip syariah antara lain yaitu pemberian donasi (*sadaqoh*), wakaf dan pinjaman untuk kebaikan (*Qard Hasan*).

Environment theme merupakan tema kelima dalam indeks ISR dalam penelitian ini. Tema ini terdiri dari lima *item* yang berisi mengenai hubungan perusahaan terhadap lingkungan di sekitarnya. Tema ini menjelaskan apakah perusahaan mencemari lingkungan atau tidak, apakah perusahaan melakukan konservasi lingkungan atau tidak, apakah perusahaan turut melakukan pendidikan lingkungan hidup dan sistem manajemen lingkungan.

Tema indeks ISR yang terakhir adalah *corporate governance theme*. Tema ini terdiri dari tiga belas *item* yang menjelaskan bagaimana tata kelola perusahaan yang dilakukan. Pada tema ini terdapat juga *item* tentang status kepatuhan perusahaan terhadap prinsip syariah, kemudian terdapat juga struktur kepemilikan saham perusahaan serta kebijakan anti korupsi yang dilakukan perusahaan. Selain itu tema ini berisi apakah perusahaan mengungkapkan rincian nama, profil, rincian tanggungjawab serta pernyataan mengenai remunerasi manajemen dan dewan pengawas syariah.

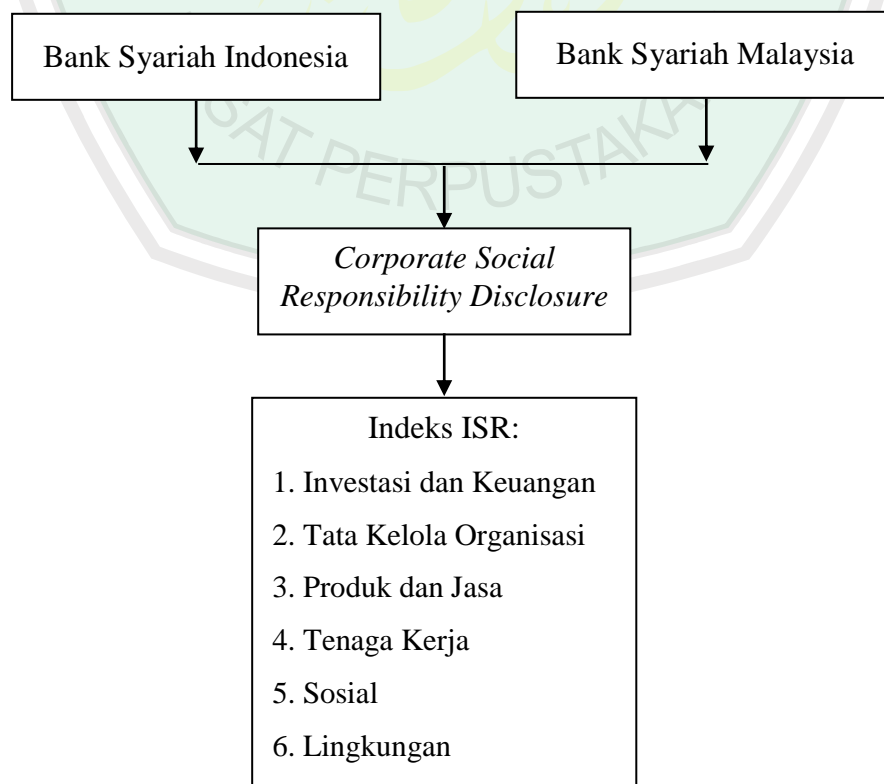
2.3 Kerangka Konseptual

CSR merupakan bentuk pertanggungjawaban perusahaan yang semakin luas kepada masyarakat dan lingkungan. Pelaporan dan pengungkapan CSR juga dilakukan. Hal ini dilakukan karena perusahaan menginginkan legitimasi dan nilai positif dari masyarakat.

Pelaksanaan program CSR perbankan syariah bukan hanya untuk memenuhi amanah undang-undang, akan tetapi lebih jauh dari itu bahwa tanggung jawab sosial bank syariah dibangun atas dasar falsafah dan *tassawur* (gambaran) Islam yang kuat untuk menjadi salah satu lembaga keuangan yang dapat mensejahterakan masyarakat.

Penelitian ini diawali dengan melakukan analisis perbandingan mengenai pengungkapan CSR menggunakan indeks ISR pada masing-masing tema yang dilakukan oleh bank-bank syariah di Indonesia dan di Malaysia. Setelah melakukan perbandingan pada masing-masing tema, maka dilakukanlah perbandingan secara menyeluruh terhadap keseluruhan tema yang diungkapkan oleh bank-bank syariah yang ada di Indonesia maupun di Malaysia.

Gambar 2.3
Gambar Kerangka Konseptual



2.4. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas perumusan masalah yang diajukan. Berdasarkan perumusan masalah yang ada, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Sofyani dkk menunjukkan bahwa secara keseluruhan kinerja sosial train-average perbankan Islam di Malaysia lebih tinggi daripada di Indonesia. Kinerja sosial perbankan Islam di Indonesia pada 2010 mengalami peningkatan yang signifikan, sekitar 10% dari tahun sebelumnya (2009). Sementara kinerja sosial pada perbankan Islam di Malaysia adalah stabil karena tidak meningkat ataupun menurun. Namun, dari semua bank-bank Islam, baik Indonesia dan Malaysia, tidak ada satupun yang mencapai tingkat kinerja sangat bagus. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

Ho : Diduga tidak ada perbedaan pengungkapan CSR antara Bank Syariah Indonesia dengan Bank Syariah Malaysia.