

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dengan adanya penelitian terdahulu, peneliti dapat membandingkan dengan penelitiannya. Penelitian terdahulu dapat disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Metode Penelitian	Hasil penelitian
1	Diah Febriyanti, 2010	<i>“Good Corporate Governance Sebagai Pilar Implementasi Corporate Social Responsibility (Studi Kasus pada PT. Bank X, Tbk)”</i>	Penelitian kualitatif pendekatan deskriptif dengan metode wawancara dan analisis dokumen perusahaan	Bahwa adanya peranan penting antara penerapan GCG dengan pelaksanaan praktik CSR, dimana dengan penerapan prinsip GCG maka implementasinya terhadap pelaksanaan program CSR menjadi terarah dan lebih terfokus terhadap program CSR yang dibutuhkan oleh masyarakat luas lebih terstruktur dan mengalami perbaikan menjadi lebih baik dari tahun ke tahun. Bahwa motivasi perusahaan dalam melakukan praktik CSR dan pengungkapan adalah untuk melaksanakan prinsip GCG secara utuh, memenuhi harapan stakeholders, mendapatkan legitimasi dan memenangkan penghargaan tertentu.
2	Nadia Rahma, 2012	<i>“Analisis Penerapan Islamic Social Reporting Index Dalam Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah Indonesia”</i>	Penelitian kuantitatif pendekatan deskriptif dengan metode scoring	Bahwa pengungkapan indeks ISR pada enam bank syariah Indoensia dapat dikatakan baik, yakni sebesar 64,83% secara keseluruhan, walaupun masih belum mencapai angka 100% dikarenakan masih adanya item-item indeks ISR yang belum diungkapkan secara penuh.

3	Sari Hardiyanti, 2012	“ <i>Analisis Hubungan Sharia Governance Structure Terhadap Tingkat Pengukuran Corporate Social Responsibility Pada Perbankan Syariah di Indonesia</i> ”	Penelitian kuantitatif pendekatan deskriptif dengan metode scoring dan rasio	Bahwa <i>investment account holders</i> (IAH) dan ukuran perusahaan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR pada perbankan syariah di Indonesia
4	Aditya Priyanto Putra, 2013	“ <i>Analisis Perlakuan Akuntansi Dan Pelaporan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (Studi Kasus PT. PLN Persero Distribusi Jawa Timur)</i> ”	Penelitian kualitatif pendekatan deskriptif dengan metode wawancara dan observasi	Program Kemitraan dan Bina Lingkungan dilaporkan dalam Laporan Posisi Keuangan dan Laporan Aktivitas yang terpisah dari Laporan Keuangan Utama Perseroan menggunakan dasar PSAK 45-Pelaporan Keuangan Entitas Nirlaba. Sedangkan Program Partisipasi Pemberdayaan Lingkungan secara keseluruhan dilaporkan sebagai Beban pada Laporan Keuangan Utama Perseroan, dalam Laporan Laba-Rugi diklasifikasikan dalam pos Beban Lain-lain dengan nama ComDev (<i>community development</i>). Aktivitas CSR PT. PLN (Persero) juga dilaporkan dalam <i>Sustainability Report</i> dalam bentuk <i>Narrative Reporting</i> dan telah menggunakan <i>Global Reporting Initiative (GRI G3)</i> sebagai dasar pelaporannya, sehingga telah memenuhi semua indikator pelaporan.

Dari keempat penelitian terdahulu, ada beberapa aspek yang membedakan dengan penelitian sekarang, yaitu pembahasan terdahulu lebih spesifik pada penerapan *Good Corporate Governance*, *Islamic Social Reporting Index*, *Sharia Governance*, dan perlakuan akuntansi terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan penelitian sekarang mencoba untuk menganalisis dari perspektif *Sharia Enterprise Theory* dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Teori-teori *Corporate Social Responsibility*

1. *Legitimacy Theory*

Gray *et. al.* berpendapat bahwa legitimasi merupakan “*a system-oriented view of organization and society, permits us to focus on the role of information and disclosure in the relationship between organization, the state, individuals and group*”.

Definisi tersebut mengisyaratkan, bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada masyarakat, operasi perusahaan harus sejalan dengan harapan masyarakat (Hadi, 2011: 88).

2. *Stakeholders Theory*

Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan.

Batasan *stakeholder* tersebut, mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya memperhatikan *stakeholder*, karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan. Jika perusahaan tidak memperhatikan *stakeholder* bukan tidak mungkin akan menuai protes dan dapat mengeliminasi legitimasi *stakeholder* (Hadi, 2011: 94-95).

3. *Agency Theory*

Menurut Bigham dan Houston (2006: 26-31), para manajer diberi kekuasaan oleh pemilik perusahaan, yaitu pemegang saham untuk membuat keputusan, dimana hal ini menciptakan potensi konflik kepentingan yang dikenal sebagai teori keagenan (*agency theory*).

Hubungan keagenan terjadi ketika satu atau lebih individu, yang disebut sebagai prinsipal menyewa individu atau organisasi lain, yang disebut sebagai agen, untuk melakukan sejumlah jasa dan mendelegasikan kewenangan untuk membuat keputusan kepada agen tersebut.

2.2.2 Konsep *Corporate Social Responsibility* Dalam Islam

1. Konsep Zakat

Bahwa sebenarnya ada konsep yang lebih agung terkait dengan *Corporate Social Responsibility*, yaitu salah satunya dari rukun Islam tentang pengeluaran zakat. Masyarakat sejahtera akan dapat dibangun melalui pengumpulan zakat, bahkan dalam instrumen ilmu ekonomi Islam sebagaimana para ahli berpendapat bahwa instrumen ekonomi Islam sebagai bentuk dari tanggung jawab pribadi maupun sosial adalah perangkat ZIS, yaitu *zakat*, *infaq* dan *shadaqah* (Aziz, 2013: 221).

Zakat adalah salah satu rukun Islam yang merupakan kewajiban agama yang dibebankan atas harta kekayaan seseorang menurut aturan tertentu. Menurut Mannan, zakat memiliki enam prinsip, meliputi (Mannan, 1995: 257-259):

- a. Prinsip keyakinan keagamaan. Bahwa orang yang membayar zakat merupakan salah satu manifestasi dari keyakinan agama.
- b. Prinsip pemerataan dan keadilan merupakan tujuan sosial zakat yaitu membagi kekayaan yang diberikan Allah lebih merata dan adil kepada manusia.
- c. Prinsip produktifitas menekankan bahwa zakat memang harus dibayar karena milik tertentu telah menghasilkan produk tertentu setelah lewat jangka waktu tertentu.
- d. Prinsip nalar sangat rasional bahwa zakat harta yang menghasilkan itu harus dikeluarkan.

- e. Prinsip kebebasan, bahwa zakat hanya dibayar oleh orang yang bebas.
- f. Prinsip etika dan kewajaran, bahwa zakat tidak dipungut secara semena-mena.

Zakat merupakan salah satu ciri dari sistem ekonomi Islam, karena zakat merupakan salah satu implementasi azas keadilan dalam sistem ekonomi Islam. Ketentuan mengenai zakat tertuang dalam salah satu ayat al-Quran yaitu surat At-Taubah ayat 60 sebagaimana berikut:

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمَلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبِهِمْ
 وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ
 وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ﴿٦﴾

Artinya: “*Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, Para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha mengetahui lagi Maha Bijaksana*”.

Sebuah perusahaan biasanya memiliki harta yang tidak akan terlepas dari tiga bentuk, yaitu harta dalam bentuk barang, harta dalam bentuk uang tunai dan harta dalam bentuk piutang. Secara umum, pola pembayaran dan perhitungan zakat perusahaan sama dengan zakat perdagangan. Zakat tersebut memiliki nisab senilai 85 gram emas. Bahwa zakat perusahaan didasarkan pada laporan keuangan dengan mengurangi kewajiban atas aktiva lancar atau seluruh harta (di luar sarana dan prasarana) ditambah keuntungan, dikurangi pembayaran utang

dan kewajiban lainnya, kemudian dikeluarkan sebesar 2,5% sebagai zakatnya (Hafidhuddin, 2002: 100).

2. Konsep Keadilan

Bahwa konsep keadilan merupakan tujuan sosial zakat yaitu membagi kekayaan yang diberikan Allah lebih merata dan adil kepada manusia. Prinsip berbagi dalam hal ini terkait erat dengan konsep keadilan dan merupakan inti nilai dalam Islam. Al-Quran menerangkan perintah untuk berbagi kepada sesama dalam surah Al-Hajj ayat 41:

الَّذِينَ إِن مَّكَّنَّاهُمْ فِي الْأَرْضِ أَقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتَوُا الزَّكَاةَ وَأَمَرُوا
بِالْمَعْرُوفِ وَنَهَوْا عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَاللَّهُ عَلَيْكَ الْأُمُورِ

Artinya: “(yaitu) orang-orang yang jika Kami teguhkan kedudukan mereka di muka bumi niscaya mereka mendirikan sembahyang, menunaikan zakat, menyuruh berbuat ma'ruf dan mencegah dari perbuatan yang mungkar; dan kepada Allah-lah kembali segala urusan.”

Keadilan merupakan salah satu komponen penting yang membentuk cara pandang Islam mengenai masyarakat, karenanya suatu masyarakat ideal tidak mungkin terwujud tanpa adanya keadilan (Chapra, 2007: 16).

3. Konsep Maslahah

Al-Shatibi mengategorikan masalah dalam tiga kelompok, yaitu *essentials* (*daruriyyat*), *complementary* (*hajiyyat*) dan *embellishment* (*tahsiniyyat*). Level pertama yaitu *daruriyyat* didefinisikan sebagai pemenuhan kepentingan pokok dalam hidup yang berkaitan dengan tujuan syariah (*maqasid asy-syariah*). Hal tersebut menunjukkan bahwa

pemenuhan kebutuhan *daruriyyat* merupakan prioritas yang harus dilakukan.

Level kedua yaitu *hajiyyat* dijelaskan sebagai kepentingan tambahan yang apabila diabaikan akan menimbulkan kesulitan namun tidak sampai merusak kehidupan normal. Dengan kata lain, kepentingan perlu dipertimbangkan untuk mengurangi kesulitan atau mempermudah sehingga kehidupan akan terhindar dari kesusahan. Level ketiga yaitu *tahsiniyyat* dijelaskan sebagai kepentingan yang berfungsi menyempurnakan kepentingan pada level sebelumnya (Dusuki, 2007: 32-33).

4. Konsep Tanggung Jawab

Dalam tradisi Islam, manusia adalah *khalifatullah fil ardh* (wakil Tuhan di bumi) dengan misi khusus untuk menyebarkan rahmat bagi seluruh alam sebagai amanah dari Tuhan. Al-Quran telah menerangkan dalam surah Shad ayat 26:

يٰۤاٰدٰمُ اِنَّا جَعَلْنَاكَ خَلِيْفَةً فِى الْاَرْضِ فَاٰحِمْ بَيْنَ النَّاسِ بِالْحَقِّ وَلَا تَتَّبِعِ
 الْهَوٰى فَيُضِلَّكَ عَنْ سَبِيْلِ اللّٰهِ ۗ اِنَّ الَّذِيْنَ يَضِلُّوْنَ عَنْ سَبِيْلِ اللّٰهِ لَهُمْ
 عَذَابٌ شَدِيْدٌۢ بِمَا نَسُوْا يَوْمَ الْحِسَابِ ﴿٢٦﴾

Artinya: “Hai Daud, Sesungguhnya Kami menjadikan kamu khalifah (penguasa) di muka bumi, Maka berilah keputusan (perkara) di antara manusia dengan adil dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu, karena ia akan menyesatkan kamu dari jalan Allah. Sesungguhnya orang-orang yang sesat dari jalan Allah akan mendapat azab yang berat, karena mereka melupakan hari perhitungan.”

Dengan misi khusus tersebut, manusia diberi amanah untuk mengelola bumi berdasarkan keinginan Tuhan (*the will of God*). Ini artinya bahwa manusia berkewajiban mengelola bumi berdasarkan pada etika syariah, yang konsekuensinya harus dipertanggungjawabkan kepada Tuhan. Ini merupakan premis utama akuntabilitas, yaitu akuntabilitas vertikal (Triyuwono, 1997: 18-19).

Manusia seolah-olah mengikat kontrak dengan Tuhan. Dalam kontrak tersebut Tuhan sebagai *The Ultimate Principal* menugaskan manusia untuk menyebarkan rahmat atau kesejahteraan dalam bentuk ekonomi, sosial, spiritual, politik dan lainnya pada manusia yang lain (*stakeholders*) dan alam (*natural environment*). Konsekuensinya, manusia memang harus bertanggung jawab atas tugas yang dibebankan ini kepada Tuhan berdasarkan hukum-hukum-Nya atau disebut akuntabilitas horizontal (Triyuwono, 2000b: 157-164).

5. Konsep *Falah*

Bahwa sistem nilai dalam bisnis menempatkan *al-falah* sebagai tujuan utamanya. *Al-falah* adalah kesejahteraan *lahiriyah* yang dibarengi kesejahteraan *batiniyah*, kesenangan duniawi dan ukhrawi, keseimbangan materiil dan immateriil. Tujuan ini memperlihatkan secara jelas bahwa hakikat sistem nilai dalam bisnis merupakan rahmat bagi sekalian alam (*rahmatan lil 'alamin*) (Praja, 2012: 6).

Pada tataran operasionalnya, instrumen bisnis tersebut terintegrasi dengan prinsip-prinsip yang berbasis nilai dasar Islami meliputi *ilahiyyah*, *nubuwwah*, *khuluqiyah*, *keadilan*, *insaniyyah*, tolong-menolong, kekeluargaan dan kerjasama. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa prinsip dasar ajaran Islam berpusat pada tauhid yang akan berubah pada etika Islam sehingga mampu mewujudkan tujuan syariah (*maqashid asy-syariah*), yaitu memelihara agama (*faith*), hidup (*life*), akal (*intellect*), keturunan (*posterity*) dan harta (*wealth*). Bahwa kesuksesan hakiki dalam berekonomi berupa tercapainya kesejahteraan yang mencakup kebahagiaan (spiritual) dan kemakmuran (material) pada tingkatan individu dan masyarakat (Aziz, 2013: 7-8).

2.2.3 *Sharia Enterprise Theory*

Sharia Enterprise Theory dikembangkan berdasarkan metafora zakat berkarakter keseimbangan. Berawal dari metafora amanah sebagai kiasan untuk melihat, memahami dan mengembangkan bisnis telah diungkapkan dalam rangka mencari bentuk organisasi yang lebih humanis, emansipatoris, transedental dan teleologikal. Metafora ini memberikan implikasi yang fundamental terhadap konsep manajemen dan akuntansi (Triuwono, 2006: 346).

Bentuk konkrit dari metafora ini dalam organisasi bisnis adalah realitas organisasi yang dimetaforakan dengan zakat (*zakat metaphorised organizational reality*). Metafora ini berpandangan bahwa *profit-oriented* atau *stockholders-oriented* bukan orientasi yang tepat bagi perusahaan yang berbasis syariah, tetapi

sebaliknya menggunakan konsep yang berorientasi pada zakat (*zakat oriented*), pelestarian alam (*natural environment*) dan *stakeholders* (Triyuwono, 1997: 25).

Entitas bisnis yang berorientasi pada *profit* dan *stockholders* merupakan implikasi penggunaan *entity theory* sedangkan entitas bisnis yang menggunakan *zakat oriented* tidak kompatibel menggunakan *entity theory*. *Entity theory* memiliki nilai individual dan *profit oriented* sedangkan metafora zakat memiliki karakter yang berbeda. Metafora zakat bersifat lebih sosial dan berorientasi pada zakat.

Beberapa kajian telah dilakukan di bidang akuntansi syariah baik dalam tataran konseptual maupun praktis. Salah satu pandangan disampaikan oleh Adnan dan Triyuwono yang pada intinya merekomendasikan *enterprise theory* sebagai konsep teoritis akuntansi syariah. Secara implisit, Triyuwono mengutarakan:

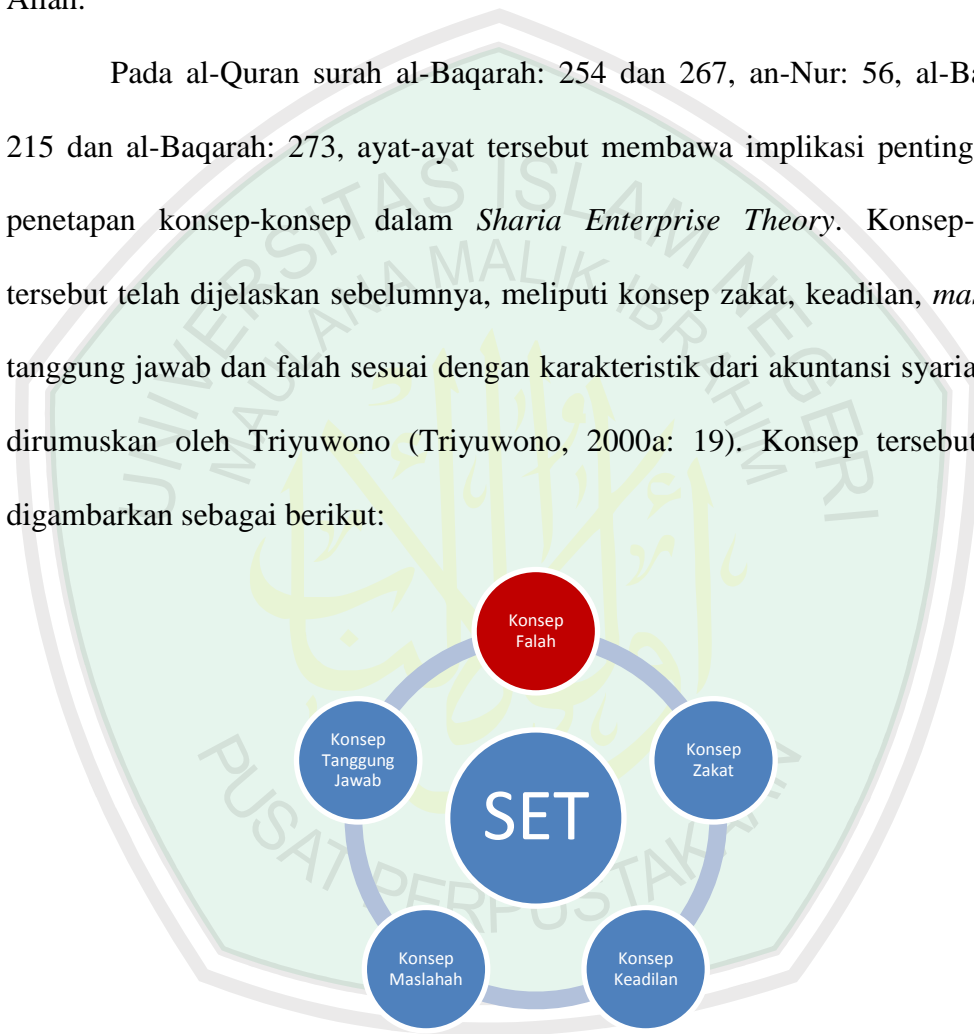
Akuntansi syariah tidak saja sebagai bentuk akuntabilitas (*accountability*) manajemen terhadap pemilik perusahaan (*stockholders*), tetapi juga sebagai akuntabilitas kepada *stakeholders* dan Tuhan (Triyuwono, 2000a: 24).

Mengacu pendapat tersebut, maka konsep teoritis yang mampu memberikan dasar pembentukan prinsip dan teknik akuntansi yang menghasilkan bentuk akuntabilitas dan informasi yang dibutuhkan oleh *stakeholders* adalah *enterprise theory*.

Dalam *Sharia Enterprise Theory* menjelaskan, bahwa aksioma terpenting yang harus mendasari dalam setiap penetapan konsepnya adalah Allah sebagai pencipta dan pemilik tunggal dari seluruh sumber daya yang ada di dunia ini. Maka yang berlaku dalam *Sharia Enterprise Theory* adalah Allah sebagai sumber

amanah utama sedangkan sumber daya yang dimiliki oleh para *stakeholders* pada prinsipnya adalah amanah dari Allah yang ada di dalamnya melekat sebuah tanggung jawab untuk menggunakan dengan cara dan tujuan yang ditetapkan oleh Allah.

Pada al-Quran surah al-Baqarah: 254 dan 267, an-Nur: 56, al-Baqarah: 215 dan al-Baqarah: 273, ayat-ayat tersebut membawa implikasi penting dalam penetapan konsep-konsep dalam *Sharia Enterprise Theory*. Konsep-konsep tersebut telah dijelaskan sebelumnya, meliputi konsep zakat, keadilan, *masalahah*, tanggung jawab dan falah sesuai dengan karakteristik dari akuntansi syariah yang dirumuskan oleh Triyuwono (Triyuwono, 2000a: 19). Konsep tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1. Konsep Pembentukan *Sharia Enterprise Theory*

Konsep pertama mendorong kepada pemahaman bahwa dalam harta sebenarnya tersimpan hak orang lain. Pemahaman ini tentu membawa perubahan penting dalam terminologi *Sharia Enterprise Theory* yang meletakkan premisnya untuk mendistribusikan kekayaan berdasarkan kontribusi para partisipan, yaitu

partisipasi yang memberikan kontribusi keuangan atau ketrampilan (Triyuwono, 2006: 352).

Pemikiran ini dilandasi premis yang mengatakan bahwa manusia adalah *khalifatullah fil ardh* yang membawa misi menciptakan dan mendistribusikan kesejahteraan bagi seluruh manusia dan alam. Premis tersebut mendorong *Sharia Enterprise Theory* untuk mewujudkan nilai keadilan terhadap manusia dan lingkungan alam. Oleh karena itu, *Sharia Enterprise Theory* akan membawa kemaslahatan bagi *stockholders*, *stakeholders*, masyarakat dan lingkungan (Triyuwono: 2006: 352-353).

Menurut penjelasan tersebut dapat digambarkan konsep pertanggungjawaban yang dibawa oleh *Sharia Enterprise Theory*. Pada prinsipnya *Sharia Enterprise Theory* memberikan bentuk pertanggung jawaban utamanya kepada Allah (akuntabilitas vertikal) yang kemudian dijabarkan lagi pada bentuk pertanggungjawaban pada manusia dan alam (akuntabilitas horizontal). Premis terakhir adalah *falah*, kesuksesan yang hakiki dalam bisnis berupa tercapainya kesejahteraan yang mencakup kebahagiaan (spiritual) dan kemakmuran (material) pada tingkatan individu dan masyarakat (Triyuwono: 2006: 353).

Teorisasi akuntansi syariah yang dirumuskan oleh Triyuwono tersebut dapat menjadi teori pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di perbankan syariah. Bahwa *Sharia Enterprise Theory* merupakan penyempurnaan dari ketiga teori motivasi *Corporate Social Responsibility*, yaitu *legitimacy theory*, *stakeholders theory* dan *agency theory*. Perbedaan dari keempat teori *Corporate Social Responsibility* akan dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 2.2. Perbedaan *Legitimacy Theory*, *Stakeholders Theory*, *Agency Theory* dan *Sharia Enterprise Theory*

<i>Legitimacy Theory</i>	<i>Stakeholders Theory</i>	<i>Agency Theory</i>	<i>Sharia Enterprise Theory</i>
1. Perusahaan bertanggung jawab kepada masyarakat	1. Perusahaan bertanggung jawab kepada <i>stakeholders</i> (manusia)	1. Manajer bertanggung jawab menjalankan perusahaan sesuai keinginan <i>principal</i> (pemilik perusahaan)	1. Allah sebagai pusat pertanggungjawaban
2. Menjalankan perusahaan sesuai dengan aturan yang berlaku pada masyarakat	2. <i>Stakeholders welfare oriented</i>	2. <i>Profit oriented</i>	2. Menjalankan perusahaan sesuai dengan cara dan tujuan syariah
3. Pengungkapan CSR bersifat mandatory (wajib) dengan mempertimbangan hak-hak publik secara umum	3. Pengungkapan CSR sebagai alat untuk berkomunikasi dengan <i>stakeholders</i>	3. Tujuan pelaporan CSR hanya untuk menjaga hubungan baik dengan <i>principal</i>	3. Kepedulian terhadap <i>stakeholders</i> secara luas, yaitu manusia dan alam
			4. Pengungkapan CSR sebagai wujud pertanggungjawaban terhadap amanah dari Allah

Sumber: Olahan Penulis

2.2.4 Konsep pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Menurut *Sharia Enterprise Theory*

Sharia Enterprise Theory yang menyajikan *value-added statement* (laporan nilai tambah) sebagai salah satu laporan keuangan entitas berbasis syariah. laporan tersebut memberikan informasi tentang nilai tambah yang berhasil diciptakan oleh perusahaan dan pendistribusian nilai tambah kepada yang berhak menerimanya. Bahwa bentuk laporan keuangan yang seperti ini, dapat

menjadi bentuk dasar dari pelaporan *Corporate Social Responsibility* di perbankan syariah (Triyuwono, 2006: 354).

Adapun pihak yang berhak menerima pendistribusian nilai tambah ini diklasifikasikan menjadi dua golongan, yaitu:

1. Pihak yang terkait langsung dengan bisnis perusahaan (*direct stakeholders*) yang meliputi: pemegang saham, manajemen, karyawan, kreditur, pemasok, pemerintah dan lainnya.
2. Pihak yang tidak terkait langsung dengan bisnis perusahaan (*indirect stakeholders*) yang meliputi: masyarakat, mustahiq dan lingkungan alam.

Sharia Enterprise Theory juga mengajukan beberapa konsep terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial sebuah perusahaan khususnya perbankan syariah. Menurut Meutia, konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut (Meutia, 2010: 239):

1. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan bentuk akuntabilitas manusia terhadap Allah dan karenanya ditujukan untuk mendapatkan ridho (legitimasi) dari Allah sebagai tujuan utama.
2. Pengungkapan tanggung jawab sosial harus memiliki tujuan sebagai sarana pemberian informasi kepada seluruh *stakeholders* (*direct*, *indirect* dan alam) mengenai seberapa jauh institusi tersebut telah memenuhi kewajiban terhadap seluruhnya.

3. Pengungkapan tanggung jawab sosial adalah wajib (*mandatory*), dipandang dari fungsi bank syariah sebagai salah satu instrumen untuk mewujudkan tujuan syariah.
4. Pengungkapan tanggung jawab sosial harus memuat dimensi material maupun spiritual berkaitan dengan kepentingan *stakeholders*.
5. Pengungkapan tanggung jawab sosial harus memuat tidak hanya informasi yang bersifat kualitatif, namun juga informasi yang bersifat kuantitatif.

2.2.5 Item Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sesuai dengan *Sharia Enterprise Theory* pada perbankan syariah terdiri dari dua dimensi, yaitu akuntabilitas vertikal dan horizontal (Meutia, 2010: 243). Konsep yang telah dijelaskan sebelumnya yang ditawarkan oleh Triuwono juga dapat menjadi landasan pengungkapan item-item pada pelaporan tanggung jawab sosial di perbankan syariah.

Akuntabilitas vertikal meliputi pertanggungjawaban yang ditujukan kepada Allah. Beberapa contoh akuntabilitas vertikal, yaitu adanya opini Dewan Pengawas Syariah dan adanya pengungkapan mengenai fatwa dan aspek operasional yang dipatuhi dan tidak dipatuhi beserta alasannya.

Sedangkan akuntabilitas horizontal meliputi pertanggungjawaban yang ditujukan kepada tiga pihak, yaitu *direct stakeholders*, *indirect stakeholders*, dan

alam. Pihak yang disebut *direct stakeholders* adalah nasabah dan karyawan. Kemudian pihak yang disebut *indirect stakeholders* adalah komunitas.

Beberapa contoh dari akuntabilitas horizontal kepada nasabah adalah adanya pengungkapan kualifikasi dan pengalaman anggota Dewan Pengawas Syariah, laporan tentang dana zakat dan qardhul hasan serta audit yang dilakukan terhadap laporan tersebut, informasi produk dan konsep syariah yang mendasarinya, penjelasan tentang pembiayaan dengan skema *profit and loss sharing*, dan penjelasan tentang kebijakan atau usaha untuk mengurangi transaksi non-syariah di masa mendatang.

Kemudian beberapa contoh dari akuntabilitas horizontal kepada karyawan adalah adanya pengungkapan mengenai kebijakan tentang upah dan renumerasi, kebijakan mengenai pelatihan yang meningkatkan kualitas spiritual karyawan dan keluarganya, ketersediaan layanan kesehatan dan konseling bagi karyawan, dan kebijakan non-diskriminasi yang diterapkan pada karyawan dalam hal upah, *training*, dan kesempatan karir.

Terakhir yang termasuk *indirect stakeholders* adalah pertanggungjawaban kepada komunitas. Beberapa contoh akuntabilitas horizontal kepada komunitas adalah adanya pengungkapan tentang inisiatif untuk meningkatkan akses masyarakat luas atas jasa keuangan bank Islam, kebijakan pembiayaan yang mempertimbangkan isu-isu diskriminasi dan HAM, kebijakan pembiayaan yang mempertimbangkan kepentingan masyarakat banyak, dan kontribusi yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat di bidang agama, pendidikan, dan kesehatan.

Selanjutnya akuntabilitas horizontal kepada alam, berikut beberapa contoh dari akuntabilitas tersebut adalah adanya pengungkapan tentang kebijakan pembiayaan yang mempertimbangkan isu-isu lingkungan, adanya jumlah pembiayaan yang diberikan kepada usaha-usaha yang berpotensi merusak lingkungan dan alasan memberikan pembiayaan tersebut, dan usaha-usaha untuk meningkatkan kesadaran lingkungan pada pegawai.

Item-item pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan *Sharia Enterprise Theory* akan dijelaskan lebih rinci pada tabel berikut ini (Meutia, 2010: 243-249).

Tabel 2.3. Item-item Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perspektif *Sharia Enterprise Theory*

Akuntabilitas Vertikal (Tuhan)		
1. Opini Dewan Pengawas Syariah (DPS)		
2. Menggunakan fatwa dan aspek operasional yang dipatuhi dan tidak dipatuhi beserta alasannya		
Akuntabilitas Horizontal		
<i>Direct Stakeholders</i>	Nasabah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualifikasi dan pengalaman anggota Dewan Pengawas Syariah (DPS) 2. Kegiatan yang dilakukan oleh anggota Dewan Pengawas Syariah (DPS) 3. Renumerasi bagi anggota Dewan Pengawas Syariah (DPS) 4. Ada atau tidak transaksi/sumber pendapatan/biaya yang tidak sesuai syariah 5. Jumlah transaksi yang tidak sesuai syariah 6. Alasan adanya transaksi tersebut 7. Informasi produk dan konsep syariah yang mendasarinya 8. Laporan tentang dana zakat dan qardul hasan 9. Audit atas laporan zakat dan qardul hasan 10. Penjelasan atas sumber dan penggunaan dana zakat dan qardul hasan 11. Penjelasan tentang pembiayaan dengan skema <i>profit and loss sharing</i> 12. Jumlah pembiayaan dengan skema <i>profit and loss sharing</i> 13. Presentase pembiayaan <i>profit and loss sharing</i> dibandingkan pembiayaan lain

		<p>14. Kebijakan/usaha untuk memperbesar porsi <i>profit and loss sharing</i> di masa mendatang</p> <p>15. Alasan atas jumlah pembiayaan dengan skema <i>profit and loss sharing</i></p> <p>16. Penjelasan tentang kebijakan atau usaha untuk mengurangi transaksi non-syariah di masa mendatang</p>
	Karyawan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Upah dan remunerasi 2. Pemberian pelatihan dan pendidikan kepada karyawan 3. Data jumlah pegawai berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan dan pendidikan termasuk pekerja kontrak 4. Banyaknya pelatihan dan pendidikan yang diberikan kepada karyawan 5. Penghargaan kepada karyawan 6. Adakah pelatihan yang berkaitan dengan peningkatan kualitas karyawan 7. Upaya untuk meningkatkan kualitas spiritual keluarga karyawan 8. Ketersediaan layanan kesehatan dan konseling bagi karyawan dan keluarganya 9. Fasilitas lain yang diberikan kepada karyawan dan keluarga seperti beasiswa dan pembiayaan khusus 10. Kebijakan non-dikriminasi yang diterapkan pada karyawan dalam upah, <i>training</i> dan karir
Indirect Stakeholders	Komunitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inisiatif untuk meningkatkan akses masyarakat luas atas jasa keuangan bank syariah 2. Adakah kebijakan pembiayaan yang mempertimbangkan isu-isu diskriminasi dan HAM 3. Adakah kebijakan pembiayaan yang mempertimbangkan kepentingan masyarakat banyak 4. Upaya yang dilakukan untuk mendorong perkembangan UMKM 5. Jumlah pembiayaan yang diberikan terhadap UMKM 6. Jumlah dan presentase pembiayaan yang diberikan nasabah 7. Kontribusi yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat di bidang agama, pendidikan dan kesehatan beserta jumlahnya 8. Sumbangan/shadaqah untuk membantu kelompok masyarakat yang mendapat bencana
	Alam	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebijakan pembiayaan yang mempertimbangkan isu-isu lingkungan 2. Adakah dan jumlah pembiayaan terhadap usaha yang berpotensi merusak lingkungan

		<ol style="list-style-type: none"> 3. Alasan melakukan pembiayaan tersebut 4. Meningkatkan kesadaran lingkungan kepada pegawai dengan pelatihan, ceramah atau program lainnya 5. Kebijakan internal bank yang mendukung program hemat energi dan konservasi 6. Kontribusi terhadap organisasi yang memberikan manfaat terhadap pelestarian lingkungan 7. Kontribusi langsung terhadap lingkungan
--	--	---

Sumber: Olahan Penulis (Meutia 2010, 243-249)

2.2.6 Corporate Social Responsibility

1. Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility adalah satu konsep yang menjadi populer, bahwa banyak ahli, praktisi dan peneliti memberikan definisinya masing-masing mengenai tanggung jawab sosial. Menurut Elkington dalam bukunya berjudul *Cannibals With Work: The Triple Bottom Line in 21th Century Business*, bahwa bisnis yang baik adalah yang tidak hanya mengejar keuntungan (*profit*) belaka, namun juga memperhatikan lingkungan (*planet*) dan kemakmuran masyarakat (*people*) (Prastowo dan Huda, 2011: 27).

ISO 26000 mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan dan kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pengembangan berkelanjutan termasuk kesehatan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional

serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh (Prastowo dan Huda, 2011: 101).

Dari beberapa definisi *Corporate Social Responsibility* tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa *Corporate Social Responsibility* suatu konsep yang mewajibkan perusahaan untuk memenuhi dan memperhatikan kepentingan para *stakeholders* dalam kegiatan operasinya mencari keuntungan. *Stakeholders* yang dimaksud diantaranya adalah para *shareholders* meliputi karyawan, *customers*, komunitas lokal, pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, lingkungan dan sebagainya.

2. Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility adalah komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis, namun itu bukan amal semata tetapi itu bentuk strategi bisnis inti dari sebuah perusahaan. Menurut Mardikanto, manfaat *Corporate Social Responsibility* dibagi menjadi tiga, yaitu manfaat bagi masyarakat, pemerintah dan perusahaan (Mardikanto, 2014: 132).

Menurut beberapa ahli, bahwa manfaat *Corporate Social Responsibility* bagi masyarakat meliputi pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas hidup manusia jangka panjang, peluang penciptaan kesempatan kerja, pendanaan investasi komunitas, pengembangan infrastruktur, keahlian komersial dan lainnya.

Kemudian manfaat *Corporate Social Responsibility* bagi pemerintah meliputi dukungan pembiayaan untuk pembangunan yang berkaitan dengan penanggulangan kemiskinan, dukungan sarana dan prasarana, dukungan keahlian dan keterlibatan LSM dalam kegiatan tanggung jawab sosial.

Terakhir manfaat *Corporate Social Responsibility* bagi perusahaan meliputi meningkatkan citra perusahaan, memperkuat *brand* perusahaan, mengembangkan kerjasama dengan para pemangku kepentingan, membedakan perusahaan dengan pesaingnya, menghasilkan inovasi dan pembelajaran untuk meningkatkan pengaruh perusahaan, membuka akses untuk investasi dan pembiayaan bagi perusahaan dan meningkatkan harga saham.

3. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.01 paragraf sembilan hanya secara implisit menyarankan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab terhadap masalah lingkungan dan sosial. Paragraf tersebut berbunyi sebagai berikut:

“Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan keuangan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan”.

Menurut *Accounting and Auditing Organization For Islamic Financial Institutions* dalam *exposure draft on governance standard for Islamic financial institutions no.07* terkait *Corporate Social Responsibility conduct and disclosure for Islamic financial institutions*, bahwa AAOIFI memiliki standar pengungkapan tanggung jawab sosial untuk institusi keuangan syariah yang berisikan *structure of Corporate Social Responsibility, mandatory conduct (policy for screening client, responsible dealing with clients, earning and expenditure prohibited by sharia, employee welfare, zakah), recommended conduct (policy for qard hasan, reduction of adverse impact on the environment, social, development and environment based investments quotas, par excellence customer service, micro and small business and social savings and investments, charitable activities, and waqf management)*.

Menurut Haniffa (2002: 136), bahwa tujuan dari pelaporan tanggung jawab sosial antara lain untuk menunjukkan akuntabilitas kepada tuhan dan komunitas masyarakat beserta meningkatkan transparansi dari aktivitas bisnis dengan menyediakan informasi relevan yang sesuai dengan kebutuhan spiritual para pembuat keputusan. Selanjutnya Haniffa mengusulkan prinsip-prinsip etika dan isi dari pelaporan *Corporate Social Responsibility* berdasarkan lima dimensi, yaitu keuangan dan investasi, produk, sumber daya insani, masyarakat dan lingkungan.

Menurut ISO 26000 *Corporate Social Responsibility* memiliki cakupan yang luas. Berikut adalah gambar dari sertifikasi *Corporate Social Responsibility* di masa mendatang.



Gambar 2.2. ISO 26000, Draft 4.1

Sumber: www.iso.org

Dari gambar tersebut, bahwa ada tujuh isu sentral yang menjadi bahasan dari sertifikasi *Corporate Social Responsibility* di masa depan, yaitu tata kelola organisasi, hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan, lingkungan, praktik operasi yang adil, konsumen dan pembangunan sosial dan ekonomi masyarakat.

4. Peraturan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia

Undang-undang Dasar No. 47 tahun 2012 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 pada dasarnya mengatur mengenai hal-hal berikut ini:

- a. TJSL ini wajib untuk perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam. Yang dimaksud dengan “perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam” adalah perseroan yang

kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam. Sedangkan yang dimaksud dengan “perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam” adalah perseroan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumber daya alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam.

- b. TJSL ini merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- c. Mengenai sanksi, dikatakan bahwa perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban TJSL akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang terkait.

Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 juga memberikan peraturan terkait tanggung jawab sosial. Peraturan tersebut adalah sebagai berikut.

- a. Pada pasal 4, dikatakan bahwa TJSL dilaksanakan oleh Direksi berdasarkan rencana kerja tahunan perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris atau Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) sesuai dengan anggaran dasar perseroan. Rencana kerja tahunan perseroan tersebut memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaan TJSL.
- b. Pada pasal 6, dimuat dalam laporan tahunan perseroan dan dipertanggungjawabkan kepada RUPS.

Berdasarkan Undang-undang No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia yang kemudian direvisi menjadi Undang-undang No. 3 Tahun 2004, sebagai bank sentral diwajibkan untuk dapat mencapai dan memelihara kestabilan nilai tukar rupiah. Untuk mencapai tujuan tersebut, terdapat tiga pilar utama yang menjadi tugas Bank Indonesia menetapkan dan melaksanakan kebijakan moneter yaitu mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran dan mengatur dan mengawasi bank. Selain dituntut untuk dapat melaksanakan tugas-tugas utamanya tersebut, Bank Indonesia juga diminta untuk tetap memiliki kepedulian terhadap lingkungan (komunitas) sebagai wujud *Corporate Social Responsibility*-nya (www.bi.go.id).

Peraturan *Corporate Social Responsibility* di perbankan dipertegas oleh Gubernur Bank Indonesia pada pertemuan tahunan perbankan pada tanggal 18 Januari 2008, yang menyatakan bahwa wajib untuk menerapkan program *Corporate Social Responsibility* bagi setiap bank yang nantinya akan dibahas dan disepakati bersama. Terkait dengan hal ini, Bank Indonesia berpandangan bahwa *Corporate Social Responsibility* industri perbankan dapat terarah pada upaya-upaya strategis dalam proses pembentukan masa depan bangsa.

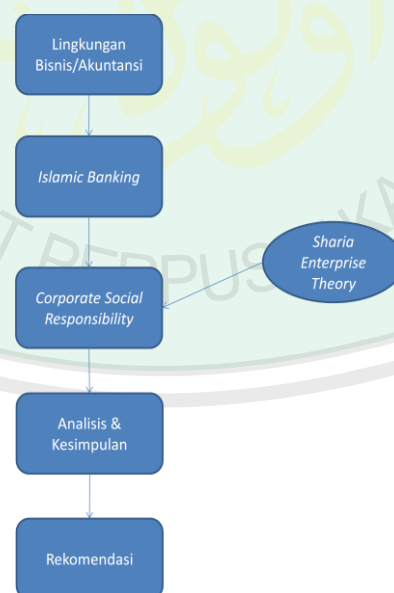
Hal tersebut mendorong perusahaan sektor perbankan untuk mulai melaksanakan kegiatan tanggungjawab sosialnya. Bank Indonesia melalui program *Corporate Social Responsibility* yang memiliki slogan *BI Communicate-Ecosystem, Small, Medium Enterprise, and Education for*

People berusaha untuk mengedepankan kegiatan yang bermanfaat bagi perusahaan dan komunitasnya.

Meskipun belum ada undang-undang resmi atau peraturan yang mewajibkan bank untuk melakukan aktivitas tanggung jawab sosial, namun banyak bank telah melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* dan melaporkannya di dalam laporan tahunan perusahaan.

2.3. Kerangka Berfikir

Berdasarkan uraian landasan teori mengenai *Corporate Social Responsibility*, pembahasan terkait bagaimana perbankan syariah mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosialnya akan dijelaskan dalam bentuk gambar. Berikut adalah gambar kerangka berfikir dalam penelitian ini.



Gambar 2.3. Kerangka Berfikir

Ket: Arah panah menunjukkan logika berfikir dalam memahami dan menganalisis pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di perbankan syariah.

Lingkungan bisnis atau akuntansi adalah segala sesuatu yang mempengaruhi aktivitas bisnis atau akuntansi dalam suatu lembaga atau organisasi. Ada dua faktor yang mempengaruhi lingkungan bisnis atau akuntansi, yaitu faktor internal dan eksternal.

Salah satu jenis perusahaan yang melakukan fungsi tersebut adalah perbankan terutama perbankan syariah. Menurut Undang-undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 1998, perbankan syariah sebagai segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta tata cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Corporate Social Responsibility merupakan salah satu aktivitas yang dilakukan oleh perbankan syariah. ISO 26000 mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan dan kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pengembangan berkelanjutan termasuk kesehatan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh dan dipraktikkan dalam hubungannya (Mardikanto, 2014: 97).

Aktivitas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* oleh perbankan syariah dipengaruhi oleh *Sharia Enterprise Theory*. Pemikiran ini dilandasi premis yang mengatakan bahwa manusia adalah *khalifatullah fil ardh* yang membawa misi menciptakan dan mendistribusikan kesejahteraan bagi seluruh

manusia dan alam. Premis tersebut mendorong *Sharia Enterprise Theory* untuk mewujudkan nilai keadilan terhadap manusia dan lingkungan alam. Oleh karena itu, *Sharia Enterprise Theory* akan membawa kemaslahatan bagi *stockholders*, *stakeholders*, masyarakat dan lingkungan (Triuwono: 2006: 352-353).

Dari teori tersebut, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di perbankan syariah ditinjau berdasarkan konsep *Sharia Enterprise Theory*. Hasil dari analisis tersebut menjadi kesimpulan yang akan direkomendasikan untuk usulan dan masukan isi dari pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di perbankan syariah.

