BAB II
KAJIAN PUSTAKA

2.1. Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu dalam penelitian ini digunakan sebagai dasar untuk mendapatkan gambaran dan menyusun kerangka berfikir mengenai penelitian ini.

Salewski dan Henning Zulch (2012) meneliti *The Impact of Corporate Social Responsibility* (CSR) *on Financial Reporting Quality*. Penelitian ini meneliti dampak dari tanggung jawab sosial perusahaan pada kualitas laporan keuangan dan sebaliknya. Lebih tepatnya kita meneliti hubungan antara CSR dan derajat manajemen laba (menggunakan modifikasi Model Jones dan variasi baru dari model ini mempertimbangkan aset tidak berwujud dapat diamortisasi), tingkat konservatisme akuntansi dan kualitas akrual. Hasil penelitian ini yaitu bahwa CSR berpengaruh positif terhadap tingkat manajemen laba dan CSR tidak berpengaruh terhadap tingkat konservatisme akuntansi.

Cahya (2010) menguji kinerja keuangan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh bank domestik di Indonesia yang beroperasi periode 2007-2008 yang berjumlah 226 bank. Data dikumpulkan melalui metode observasi data sekunder kemudian dilakukan metode yang meliputi uji asumsi klasik, uji hipotesis, uji F dan uji t, dan analisis koefisien determinasi (R^2). Untuk menganalisis data menggunakan *software* SPSS

versi 16. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dengan uji t variabel *size* dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kemudian melalui uji t dapat diketahui bahwa variabel ROA tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sedangkan berdasarkan uji simultan (uji F) *Size*, ROA, dan *leverage* memiliki pengaruh terhadap CSR perbankan di Indonesia.

Haryudanto (2011) menguji (1) pengaruh manajemen laba terhadap tingkat CSR, (2) pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, dan (3) pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan data sekunder dan populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta (BEJ) selama periode 2007-2009. Metode yang digunakan dalam pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling,* yaitu metode pemilihan sampel dengan menggunakan beberapa kriteria tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara manajemen laba dengan tingkat CSR. Manajemen laba juga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Tetapi tingkat CSR memiliki pengaruh yang signifikan dan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Adisusilo (2011) menguji pengaruh dari pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan terhadap respon pasar terhadap laba akuntansi (*Earning Respon Coefficient,* ERC). Sampel penelitian yaitu berdasarkan metode *purposive sampling* dimana pengambilan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu, diperoleh sebanyak 39 perusahaan sebagai sampel penelitian selama satu tahun. Pengujian dilakukan

dengan menggunakan regresi berganda. Hasil pengujian ditemukan adanya pengaruh yang signifikan dan negatif antara CSR terhadap ERC secara parsial.

Fahrizqi (2010) meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan perusahaan di Indonesia. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan *content analysis*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR dalam perusahaan manufaktur di Indonesia sangat beragam. Penelitian ini menunjukkan bahwa praktik dan pengungkapan CSR sebagai bidang cakupan akuntansi dipengaruhi secara signifikan oleh ukuran perusahaan dan profitabilitas perusahaan. Faktor-faktor lain yang diteliti dalam penelitian ini seperti *leverage* dan ukuran dewan komisaris tidak mempengaruhi pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

Wijayanti (2012) meneliti pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dan volume perdagangan saham. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Populasi penelitian ini adalah semua perusahaan di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk periode 2010-2011. Sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria yang telah ditentukan. Berdasarkan analisis regresi menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikansi 0,007

dan CSR tidak berpengaruh terhadap volume perdagangan dengan tingkat signifikansi 0,382.

Cahyono (2011) meneliti pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan dan kinerja pasar perusahaan dengan kepemilikan asing sebagai variabel moderating. Sampel penelitian ini adalah 54 perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2006 hingga 2008. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Equity* (ROE) sebagai ukuran kinerja keuangan dan *Cumulative Abnormal Return* (CAR) sebagai ukuran kinerja pasar.

Fitriani (2011) menguji secara empiris apakah pengaruh pengungkapan CSR terhadap ERC dengan *Unexpected Earning* sebagai variabel pemoderasi dan BETA dan *Price to Book Value* sebagai variabel kontrol pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yakni 56 perusahaan dengan sampel yang ditentukan secara *purposive* yaitu perusahaan yang mengungkapkan laporan *Corporate Social Responsibility* dalam *annual report* dan perusahaan yang aktif memperdagangkan sahamnya selama tahun 2007 dan 2008. Hasil penelitian secara simultan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap *Earning Respon Coefficient* secara signifikan dan ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan, sedangkan BETA dan *Price to Book Value* secara parsial uji t menunjukkan bahwa tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Earning Respon Coefficient*.

Sayekti dan Ludovicus Sensi Wundabio (2007) menguji pengaruh dari tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan terhadap ERC. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 108 laporan tahunan perusahaan untuk tahun 2005. Kesimpulan dari pengujian analisa regresi berganda yang menggunakan metode regresi *Ordinary Least Square* (OLS) *cross-sectional* dengan memasukkan variabel beta (sebagai proksi risiko) dan *Price-to-Book-Value* (sebagai proksi dari *growth opportunities*) menunjukkan hasil yang mendukung hipotesa yang diajukan dalam penelitian ini. Bukti empiris dalam penelitian ini mendukung hipotesa yang menyatakan bahwa tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh negatif terhadap ERC.

Hidayati dan Sri Murni (2009) meneliti pengaruh pengungkapan CSR terhadap ERC pada perusahaan *high profile.* Dari berbagai hasil analisis dapat disimpulkan bahwa informasi CSR berpengaruh negatif terhadap *value relevance* laba.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
1.	Marcus Salawski, Henning Zulch. 2012. *The Impact of Corporate Social Responsibility (CSR) on Financial*	Variabel dependen: *Corporate Social Responsibility* (CSR). Variabel independen: *size, leverage,*	Menggunakan metode analisis regresi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap tingkat manajemen laba, sedangkan CSR berpengaruh negatif terhadap tingkat konservatisme akuntansi

	Reporting Quality	*growth, c-score*		
2.	Bramantya Adhy Cahya. 2010. Analisis Pengaruh kinerja Keuangan Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) "(Studi Pada Bank Di Indonesia Peride tahun 2007-2008)"	Variabel dependen: Pengungkapan tanggung jawab sosial. Variabel independen: *size,* profitabilitas, *leveraage*	Menggunakan metode regresi linier berganda.	Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dengan uji t variabel *size* dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap variabel *corporate social responsibility* (CSR).
3.	Danang Haryudanto. 2011. Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Tingkat *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan	Variabel dependen: CSR dan nilai perusahaan. Variabel independen: CSR dan manajemen laba	Menggunakan metode *purposive sampling*	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara manajemen laba dengan tingkat CSR. Manajemen laba juga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Tetapi tingkat CSR memiliki pengaruh yang signifikan dan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
4.	Pramudito Adisusilo. 2011. Pengaruh Pengungkapan Informasi *Corporate Social*	Variabel dependen: *Corporate Social Responsibility (CSR).*	Metode *purposive sampling.*	Hasil pengujian ditemukan adanya pengaruh yang signifikan dan negatif antara CSR terhadap ERC secara parsial.

	Responsibility (CSR) dalam Laporan Tahunan Terhadap *Earning Response Coefficients* (ERC) (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2009)	Variabel Independen: *Earnings Response Coefficient* (ERC).		
5.	Anggara Fahrizqi. 2010. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia)	Variabel dependen: Pengungkapan CSR. Variabel Independen: ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan ukuran dewan komisaris.	Metode penelitian yang digunakan adalah *content analysis*	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR dalam perusahaan manufaktur di Indonesia sangat beragam. Penelitian ini menunjukkan bahwa praktik dan pengungkapan CSR sebagai bidang cakupan akuntansi dipengaruhi secara signifikan oleh ukuran perusahaan dan profitabilitas perusahaan. Faktor-faktor lain yang diteliti dalam penelitian ini seperti *leverage* dan ukuran dewan komisaris tidak mempengaruhi pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan
6.	Ayu Wira Wijayanti. 2012.	Variabel dependen:	Menggunakan metode	Berdasarkan analisis regresi menunjukkan

	Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dan Volume Perdagangan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2011)	nilai perusahaan dan volume perdagangan saham. Variabel independen: *Corporate Social Responsibility*	analisis regresi linier sederhana.	bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang signifikansi 0,007 dan CSR tidak berpengaruh terhadap volume perdagangan dengan tingkat signifikansi 0,382.
7.	Budi Cahyono. 2011. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja perusahaan dengan Kepemilikan Asing Sebagai Variabel Moderating	Variabel dependen: profitabilitas dan return saham. Variabel independen: *Corporate Social Responsibility* (CSR)	Menggunakan metode *purposive judgement sampling*.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Equity* (ROE) sebagai ukuran kinerja keuangan dan *Cumulative Abnormal Return* (CAR) sebagai ukuran kinerja pasar.
8.	Erlyn Nur Fitriani. 2011. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam Laporan Tahunan Terhadap Koefisien Respon Laba Akuntansi (Studi Empiris Pada Perusahaan	Variabel dependen: *Earning Respon Coefficient* (ERC). Variabel independen: CSR *disclosure* indeks.	Menggunakan alat statistik Regresi Berganda dengan model interaksi (*Moderated Regression Analysis*).	Hasil penelitian secara simultan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap *Earning Respon Coefficient* secara signifikan dan ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan, sedangkan BETA dan *Price to Book Value* secara parsial uji t menunjukkan bahwa tidak mempunyai pengaruh yang

	Manufaktur yang List di BEI 2007-2008)			signifikan terhadap *Earning Respon Coefficient.*
9.	Yosefa Sayekti dan Ludovicus Sensi Wundabio. 2007. Pengaruh CSR *Disclosure* terhadap *Earning Response Coefficient* (Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta).	Variabel Dependen: *Cummulative Abnormal Return* (CAR). Variabel independen: UE (*Unexpected Earnings*) dan CSR *disclosure* Index (CSRI)	Menggunakan metode regresi *Ordinary Least Square* (OLS) *cross-sectional* dan *Price-to-Book Value.*	Bukti empiris penelitian ini mendukung hipotesa yang menyatakan bahwa tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh negatif terhadap ERC.
10.	Naila Nuur Hidayati dan Sri Murni. 2009. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Earnings Response Coefficient* pada Perusahaan *High Profile*	Variabel dependen: *Cummulative Abnormal Return* (CAR). Variabel independen: *Unexpected Earningss* (UE).	Menggunakan alat uji analisa regresi berganda dengan model interaksi dengan metode OLS *crossectional.*	Informasi CSR berpengaruh negatif terhadap *value relevance* laba.

2.2. Kajian Teoritis

2.2.1. Pengertian Bank

Menurut Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan *BANK adalah "badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak"*. (Kasmir, 2000:11)

Usaha pokok bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, seperti tabungan, deposito, maupun giro, dan menyalurkan dana simpanan tersebut kepada masyarakat yang membutuhkan, baik dalam bentuk kredit maupun bentuk-bentuk lainnya. Sebagai lembaga keuangan, aset terbesar yang dimiliki oleh bank umum adalah aset finansial. Semakin besar aset yang dimiliki sebuah bank, biasanya porsi aktiva tetap semakin kecil. Fungsi bank umum antara lain:

1. Penciptaan Uang

   Uang yang diciptakan bank umum adalah uang giral, yaitu alat pembayaran lewat mekanisme pemindahbukuan (kliring). Kemampuan bank umum menciptakan uang giral menyebabkan posisi dan fungsinya dalam pelaksanaan kebijakan moneter.

2. Mendukung Kelancaran Mekanisme Pembayaran

   Fungsi lain dari bank umum yang juga sangat penting adalah mendukung kelancaran mekanisme pembayaran. Hal ini dimungkinkan karena salah satu

jasa yang ditawarkan bank umum adalah jasa-jasa yang berkaitan dengan mekanisme pembayaran. Beberapa jasa yang amat dikenal adalah kliring, transfer uang, penerimaan setoran-setoran, pemberian fasilitas pembayaran dengan tunai, kredit, fasilitas-fasilitas pembayaran yang mudah dan nyaman, seperti kartu plastik dan sistem pembayaran elektronik.

3. Penghimpunan Dana Simpanan Masyarakat

   Dana yang paling banyak dihimpun oleh bank umum adalah dana simpanan. Di Indonesia dana simpanan terdiri atas giro, deposito berjangka, sertifikat deposito, tabungan dan atau bentuk lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu. Kemampuan bank umum menghimpun dana jauh lebih besar dibandingkan dengan lembaga-lembaga keuangan lainnya. Dana-dana simpanan yang berhasil dihimpun akan disalurkan kepada pihak-pihak yang membutuhkan, utamanya melalui penyaluran kredit.

4. Mendukung Kelancaran Transaksi Internasional

   Bank umum juga sangat dibutuhkan untuk memudahkan dan atau memperlancar transaksi internasional, baik transaksi barang/jasa maupun transaksi modal. Kesulitan-kesulitan transaksi antara dua pihak yang berbeda negara selalu muncul karena perbedaan geografis, jarak, budaya dan sistem moneter masing-masing negara. Kehadiran memudahkan penyelesaian transaksi-transaksi tersebut. Dengan adanya bank umum yang beroperasi dalam skala internasional akan bank umum, kepentingan pihak-pihak yang melakukan transaksi transaksi internasional dapat ditangani dengan lebih

mudah, cepat, dan murah. (Pandu, 2012. http : //pandusamamaya. wordpress. com/)

2.2.2. Teori Keagenan

Teori keagenan menyatakan bahwa perusahaan yang memisahkan fungsi pengelolaan dan kepemilikan akan rentan terhadap konflik keagenan (Jensen and Mackling, 1976) dalam Sunarto (2009). Pada model keagenan dirancang sebuah sistem yang melibatkan kedua belah pihak yaitu manajemen dan pemilik. Selanjutnya, manajemen dan pemilik melakukan kesepakatan (kontrak) kerja untuk mencapai manfaat (utilitas) yang diharapkan. Lambert (2001) dalam Sunarto (2009) menyatakan bahwa dalam kesepakatan tersebut diharapkan dapat memaksimumkan utilitas pemilik (*principal*), dan dapat memuaskan serta menjamin manajemen (*agent*) untuk menerima *reward*. Manfaat yang diterima oleh kedua belah pihak didasarkan pada kinerja perusahaan. Pada umumnya, kinerja perusahaan diukur dari profitabilitas (Penman, 2003) dalam Sunarto (2009). Besarnya profitabilitas, selanjutnya diinformasikan oleh manajemen kepada pihak pemilik melalui penyajian laporan keuangan. (Sunarto, 2009:13)

Teori keagenan mengakui adanya dua jenis hubungan keagenan dalam penyusunan manajemen korporasi, yaitu sebagai berikut:

1. Hubungan keagenan ekuitas (*Equity Agency Relationship*)

   Potensi konflik terjadi antara pemilik (pemegang saham) dan manajemen.

2. Hubungan keagenan utang (*Debt Agency Relationship*)

   Potensi konflik terjadi antara pemilik (pemegang saham) dan pemegang obligasi.

Menurut Eisenhardt (1985) dalam Bandi (2007) teori keagenan menjelaskan bagaimana mengorganisasi dengan cara yang paling baik suatu hubungan yang di dalamnya (pemilik) menentukan pekerjaan, sedangkan pihak lainnya (agen) melakukannya. Teori tersebut berdalih bahwa di bawah kondisi informasi yang tidak sempurna (asimetri informasi) dan ketidakpastian menyelimuti suasana bisnis, dua masalah keagenan muncul, yakni:

1. Pemilihan yang serba salah (*Adverse Selection*)

   Pemilihan yang serba salah (*Adverse Selection*) adalah kondisi yang menyebabkan pemilik tidak dapat memastikan apakah agen menunjukkan secara akurat kemampuannya untuk melakukan pekerjaan yang wajib dilakukannya.

2. Penyimpangan moral (*Moral Hazard*)

   Penyimpangan moral (*Moral Hazard*) adalah kondisi yang menyebabkan pemilik tak dapat yakin apakah agen telah melakukan usaha yang maksimal.

Teori keagenan membahas hubungan kontrak antara pemilik dan agen. Ada beberapa asumsi yang terkandung dalam teori tersebut, antara lain: (1) pemilik dan manajemen adalah rasional, masing-masing akan mencapai tujuannya; (2) pemilik dan manajemen memiliki kepentingannya masing-masing (*self-interest*). Permasalahan yang timbul adalah sebagai berikut:

a. Manajemen lebih tahu tentang informasi perusahaan yang diamanatkan oleh pemilik kepadanya daripada pemilik itu sendiri (asimetri informasi).
b. Jika ada penyimpangan dari yang selayaknya, maka pemilik mungkin tidak mengetahui (*moral hazard*).

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, si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut. (Antonio, 2007:95)

...وَءَاخَرُونَ يُقَـٰتِلُونَ فِى سَبِيلِ ٱللَّهِ ...

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. (Karim, 2011:205)

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 dan *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.uii.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)

... وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ ٱلْخُلَطَآءِ لَيَبْغِى بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ وَعَمِلُوا۟ ٱلصَّٰلِحَٰتِ...

Artinya:

"...dan Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh..."

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 terikat 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)

Tabel 2.2

Teori Keagenan vs Pandangan Islam

Teori Keagenan	- Antara pemilik dan manajemen terjadi perbedaan kepentingan sehingga perlu adanya kontrak kerja - Teori keagenan dihitung berdasarkan selisih antara hasil yang diharapkan (*expected* return) dengan hasil nyata (*actual return*).
Pandangan Islam	- Antara pihak pertama dan pihak kedua harus ada kesepakatan atau akad terlebih dahulu. - kontrak *mudharabah* antara hasil yang diharapkan dengan hasil nyata tidak dapat diselisihkan - *principal* tidak memiliki informasi yang lengkap sedangkan agen memiliki informasi penuh terhadap usaha yang dijalankannya.

2.2.3. Teori *Stakeholder*

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970an, yang secara umum dikenal dengan *stakeholder theory* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, penentuan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. *Stakeholder theory* dimulai dengan asumsi bahwa nilai (*value*) secara eksplisit dan tak dipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha. (Freeman, *et.,al.*2002 dalam Kusumadilaga, 2010:11)

Teori stakeholder mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberi manfaat bagi *stakeholder*nya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. (Ghazali dan Chariri, 2007 dalam Kusumadilaga, 2010:11)

Tanggung jawab sosial perusahaan seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (*stakeholder*), namun lebih luas lagi bahwa kesejahteraan yang dapat diciptakan oleh perusahaan sebetulnya tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan atau klaim terhadap perusahaan (Untung, 2008 dalam Kusumadilaga, 2010). Mereka adalah pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat lokal, investor, karyawan, kelompok politik, dan asosiasi perdagangan. Seperti halnya pemegang saham yang mempunyai hak terhadap perusahaan. (Waryanti, 2009 dalam Kusumadilaga, 2010:11)

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* utama (primer) dan *stakeholder* kunci. *Stakeholder* utama (primer) merupakan *stakeholder* yang terdiri dari masyarakat dan tokoh masyarakat dan pihak manajer publik. Sedangkan *stakeholder* kunci adalah tokoh atau organisasi yang mampu menggerakkan prakarsa pengembangan masyarakat, bisa dari pihak pemerintah

seperti bupati, DPR, kabupaten, 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, bahwa 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. (Cahyono, 2011:9). Dari penjelasan diatas telah dijelaskan dalam firman Allah yaitu:

خُذْ مِنْ أَمْوَٰلِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِم بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ ۖ إِنَّ صَلَوٰتَكَ سَكَنٌ لَّهُمْ ۗ وَٱللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿١٠٣﴾

Artinya:

''Ambillah zakat dari harta mereka, guna membersihkan dan menyucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doamu itu (menumbuhkan) ketentraman jiwa bagi mereka. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui.'' (QS. At-Taubah:103)

Allah memerintahkan Rasulullah untuk mengambil zakat dari harta kekayaan mereka, yang dengannya beliau dapat membersihkan dan mensucikan mereka. Maksud dari penjelasan tersebut, perusahaan berkewajiban mengeluarkan zakatnya salah satunya dalam bentuk kegiatan pertanggungjawaban sosial yang diperuntukkan kepada lingkungan sekitar.

2.2.4. *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan. (Untung, 2009:1)

Menurut Phillips Kotler, CSR dikatakan sebagai *discretionary* yang dalam arti luas berarti sesuatu yang perlu dilakukan. Seandainya tidak dilakukan akan merugikan diri sendiri. Namun, hal ini bukanlah suatu peraturan yang diharuskan (saat di Indonesia telah diharuskan melalui UU perseroan). Menurut *World Business Council for Sustainable Development,* CSR bukan sekedar *discretionary,* tetapi suatu komitmen yang merupakan kebutuhan bagi perusahaan yang baik sebagai perbaikan kualitas hidup. Secara filosofis, jika perusahaan berusaha untuk berguna bagi umat manusia maka dalam jangka panjang tentunya akan tetap eksis. (Rachman, 2011:15)

Dari pengertian di atas *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis atas dampak yang ditimbulkan perusahaan baik dampak positif maupun dampak negatif yang ditimbulkan dari aktivitas operasionalnya. Selain melakukan aktivitas menghasilkan laba, perusahaan perlu melakukan aktivitas lain yang melibatkan masyarakat sekitarnya, seperti aktivitas untuk menyediakan lapangan kerja yang aman bagi karyawannya, melakukan penempatan tenaga kerja secara jujur, dan menjaga lingkungan eksternal untuk mewujudkan kepedulian sosial perusahaan.

عَنْ النُّعْمَانِ بْنِ بَشِيْرٍرَضِيَ اللهُ عَنْهُمَا عَنَ النَّبِيِّ صَلَى اللهُ عَلَيْهِوَسَلَمْ قَالَ مَثَلُ الْقَا
ئِمِ عَلَىحُدُوْدِ اللهِوَالْوَاقِعِ فِيْهَا كَمَثَلِ قَوْمٍ اسْتَهَمُوْا عَلَى سَفِيْنَةٍ فَأَصَابَ بَعْضُهُمْ
اَعْلاَ هَاوَبَعْضُهُمْ أَسْفَلَهَا فَكَانَالَّذِيْنَ فِيْ أَسْفَلِهَا إِذَااسْتَقَوْامِنَ الْمَاءِ مَرُّوْا عَلَى مَنْ
فَوْقَهُمْ فَقَالُوْا لَوْ أَنَّا خَرَقْنَا فِى نَصِيْبِنَا خَرْقًا وَلَمْ نُؤْذِ مَنْ فَوْقَنَا فَإِنْ يَتْرُكُوْهُمْ
وَمَاأَرَادُوْاهَلَكُمْ جَمِيْعًاوَإِنْ أَخَذُوْعَلَى أَيْدِيْهِمْ وَنَجَوْا جَمِيْعًا. (رَاوَه البخاري
والترمذ)

Artinya:

"Perumpamaan orang yang teguh menjalankan ajaran Allah dan tidak melanggar ajaran-ajaran-Nya dengan orang yang terjerumus dalam perbuatan melanggar ajaran Allah, adalah bagaikan satu kaum yang melakukan undian dalam kapal laut. Sebagian mendapat jatah diatas dan sebagian lagi mendapat jatah dibawah. Penumpang yang berada dibawah, jika mereka hendak mengambil air, mereka harus melewati penumpang yang berada diatas. Lalu mereka berkata "seandainya kita lubangi saja kapal ini, maka kita dapat mengambil air tanpa mengganggu penumpang diatas. Jika perbuatan mereka itu mereka biarkan, maka semuanya akan binasa (tenggelam). Namun jika mereka mencegahnya maka semuanya akan selamat". (HR. Bukhori dan Tirmidzi)

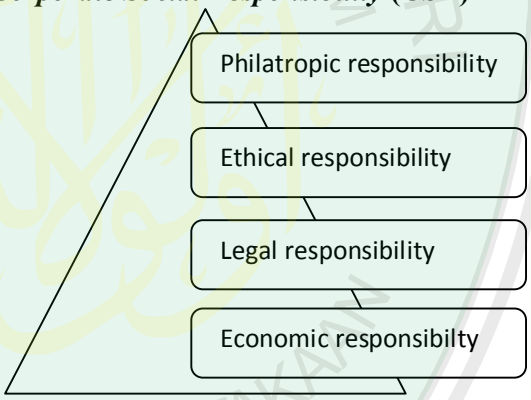
Hadits tersebut menggambarkan bahwa, sekelompok orang mempunyai tugas masing-masing yang satu dan yang lainnya saling mendukung. Seperti halnya ada yang bekerja di bawah dan ada yang di atas kapal, mereka harus tetap konsisten dengan apa yang menjadi tugas mereka ketika ada beberapa waktu saja mereka lengah yang menjadikan tugas mereka terbengkalai maka itu dapat berakibat fatal, baik bagi mereka maupun kaum mereka. Hal tersebut menandakan bahwasannya dibutuhkan adanya kerja kolektif, Jika saja mereka bisa menjalankan tugas mereka masing-masing tanpa mengganggu yang lainnya

pastilah tujuan yang akan dicapai akan mudah tergapai. Dari hadits diatas kita dapat mengambil ibrah, bahwasannya setiap diri pribadi seseorang mempunyai tanggung jawab terhadap kondisi sosialnya masing-masing. (Hayati, dkk. 2011. http://amrikhan.wordpress.com/)

Carroll menyajikan piramida CSR yang tidak saja menjelaskan empat aspek perdebatan (yakni tanggung jawab ekonomi, legal, etik, dan filantropis) namun juga susunan hubungan antar empat aspek tersebut dalam pondasi sosial yang lebih luas. Kinerja ekonomi merupakan pondasi utama CSR.

Gambar 2.1

Piramida *Corporate Social Responsibility* (CSR)



(Nuzula,ejournal.uinmalang.ac.id/Hlm: 10)

Sebagai negara yang membangun pemerintahan dengan berlandaskan Pancasila. Maka Indonesiapun mengatur CSR ini dalam bentuk Undang-undang, agar terjadinya masyarakat yang saling mengasihi di dalam suatu negara yang berdaulat dan menjunjung tinggi moral. Dalam UU PT, Bab V No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 dan ayat terpilih yang berbunyi:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
2. Tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Menurut Suharto (2007) dalam Haryudanto (2011) dengan menggunakan dua pendekatan minimal ada delapan kategori perusahaan dalam melaksanakan CSR. Pendekatan yang dimaksud dalam hal ini adalah pendekatan proporsi keuntungan perusahaan dan besarnya anggaran CSR dan tujuan CSR apakah untuk promosi atau pemberdayaan.

1. Berdasarkan proporsi keuntungan perusahaan dan besarnya profit.
    a. Perusahaan minimalis, yaitu perusahaan dengan profit yng rendah dan memiliki anggaran CSR yang rendah.
    b. Perusahaan ekonomis, yaitu perusahaan yang memiliki keuntungan tinggi namun anggaran CSR nya rendah.
    c. Perusahaan humanis, yaitu perusahaan yang memiliki profit yang rendah namun memiliki anggaran CSR yang relatif besar.
    d. Perusahaan reformis, yaitu perusahaan yang memiliki profit besar dan anggaran CSR yang besar.

2. Berdasarkan tujuan untuk promosi atau pemberdayaan masyarakat
    a. Perusahaan pasif yaitu perusahaan yang menerapkan CSR dengan tujuan yang tidak jelas. Bukan untuk promosi bukan pula untuk pemberdayaan masyarakat.
    b. Perusahaan impresif yaitu perusahaan yang melaksanakan CSR dengan tujuan sebagai sarana promosi bagi perusahaan.
    c. Perusahaan agresif yaitu perusahaan yang melaksanakan CSR dengan tujuan utama pemberdayaan masyarakat disamping juga bertujuan promosi.
    d. Perusahaan progresif yaitu perusahaan yang melaksanakan CSR dengan tujuan promosi sekaligus pemberdayaan masyarakat.

Tujuan dan nilai-nilai *Corporate Social Responsibility* dalam ekonomi Islam:

1. Kesejahteraan ekonomi dalam kerangka norma-norma moral Islam
2. Persaudaraan dan keadilan universal
3. Distribusi pendapatan yang adil
4. Kebebasan individu dalam konteks kesejahteraan sosial. (http://lisensiuinjkt.files.wordpress.com)

Tanggung jawab sosial merujuk pada kewajiban-kewajiban sebuah perusahaan untuk melindungi dan memberi kontribusi kepada masyarakat dimana perusahaan itu berada. Sebuah perusahaan mengemban tanggung jawab sosial dalam tiga domain:

1. Pelaku-pelaku organisasi, meliputi:

   a. Hubungan perusahaan dengan pekerja

أَعْطُوا الأَجِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرَقُهُ

Artinya:

"Berikan kepada seorang pekerja upahnya sebelum keringatnya kering." (HR. Ibnu Majah).(rumaysho.com)

   b. Hubungan pekerja dengan perusahaan

   c. Hubungan perusahaan dan pelaku usaha lain, distributor, konsumen, pesaing.

2. Lingkungan alam

وَلَا تُفْسِدُوا۟ فِى ٱلْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَٰحِهَا وَٱدْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا ۚ إِنَّ رَحْمَتَ ٱللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ ٱلْمُحْسِنِينَ ﴿٥٦﴾

Artinya:

"Dan janganlah kamu berbuat kerusakan dibumi setelah (diciptakan) dengan baik. Berdoalah kepadaNya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat kepada orang yang berbuat kebaikan."(QS. Al- A'raf:56)

3. Kesejahteraan sosial masyarakat

إِنَّ ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ وَعَمِلُواْ ٱلصَّٰلِحَٰتِ وَأَقَامُواْ ٱلصَّلَوٰةَ وَءَاتَوُاْ ٱلزَّكَوٰةَ لَهُمۡ أَجۡرُهُمۡ عِندَ رَبِّهِمۡ وَلَا خَوۡفٌ عَلَيۡهِمۡ وَلَا هُمۡ يَحۡزَنُونَ ٢٧٧

Artinya:

"Sesungguhnya orang-orang yang beriman, mengerjakan amal saleh, mendirikan shalat dan menunaikan zakat, mereka mendapat pahala di sisi Tuhannya. tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati." (QS. Al-Baqarah:277)

Beberapa prinsip Islam dalam menjalankan bisnis yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility:*

1. Menjaga lingkungan dan melestarikannya

ظَهَرَ ٱلۡفَسَادُ فِي ٱلۡبَرِّ وَٱلۡبَحۡرِ بِمَا كَسَبَتۡ أَيۡدِي ٱلنَّاسِ لِيُذِيقَهُم بَعۡضَ ٱلَّذِي عَمِلُواْ لَعَلَّهُمۡ يَرۡجِعُونَ ٤١

Artinya:

"telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar)." (QS.Ar-Ruum:41)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa manusia dianjurkan untuk menjaga lingkungan dan melestarikannya. Hal tersebut merupakan kewajiban manusia sebagai khalifaah di muka bumi ini.

2. Upaya untuk menghapus kemiskinan

إِنَّمَا ٱلصَّدَقَٰتُ لِلۡفُقَرَآءِ وَٱلۡمَسَٰكِينِ وَٱلۡعَٰمِلِينَ عَلَيۡهَا وَٱلۡمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمۡ وَفِي ٱلرِّقَابِ وَٱلۡغَٰرِمِينَ وَفِي سَبِيلِ ٱللَّهِ وَٱبۡنِ ٱلسَّبِيلِ فَرِيضَةٗ مِّنَ ٱللَّهِۗ وَٱللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٞ ٦٠

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 yuang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha mengetahui lagi Maha Bijaksana."(QS. At0-Taubah:60)
Ayat diatas menjelaskan bahwa perusahaan dianjurkan untuk mengeluarkan zakat, dalam hal ini program CSR guna untuk menghapus kemiskinan dilingkungan sekitar perusahaan lebih khususnya.

3. Mendahulukan sesuatu yang bermoral bersih daripada sesuatu yang secara moral kotor, walaupun mnedatangkan keuntungan yang lebih besar

مَا جَعَلَ ٱللَّهُ مِنۢ بَحِيرَةٖ وَلَا سَآئِبَةٖ وَلَا وَصِيلَةٖ وَلَا حَامٖۚ وَلَٰكِنَّ ٱلَّذِينَ كَفَرُواْ يَفۡتَرُونَ عَلَى ٱللَّهِ ٱلۡكَذِبَۖ وَأَكۡثَرُهُمۡ لَا يَعۡقِلُونَ ١٠٣

Artinya:

"Allah tidak pernah mensyariatkan adanya Bahirah, Sa'ibah, Wasilah, dan Ham. Tetapi orang-orang kafir membuat-buat kedustaan terhadap Allah, dan kebanyakan mereka tidak mengerti."(QS. Al-Maidah:103)

4. Jujur dan amanah

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَخُونُواْ ٱللَّهَ وَٱلرَّسُولَ وَتَخُونُوٓاْ أَمَٰنَٰتِكُمۡ وَأَنتُمۡ تَعۡلَمُونَ ٢٧

Artinya:

"wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan rasul dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui." (QS. Al-Anfal:27)

(http://lisensiuinjkt.files.wordpress.com)

2.2.5 *Disclosure Corporate Social Responsibility*

Menurut Martin Freedman dalam Cahyono (2011:14), ada tiga pendekatan dalam pelaporan kinerja sosial, yaitu:

1. Pemeriksaan Sosial (*Social Audit*)

   Pemeriksaan sosial mengukur dan melaporkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari program-program yang berorientasi sosial dari operasi-operasi perusahaan. Pemeriksaan sosial dilakukan dengan membuat suatu daftar aktivitas-aktivitas perusahaan yng memiliki konsekuensi sosial, lalu auditor sosial akan mencoba mengestimasi dan

mengukur dampak-dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas-aktivitas tersebut.

2. Laporan Sosial (*Social Report*)

Berbagai alternatif format laporan untuk menyajikan laporan sosial telah diajukan oleh para akademis dan praktisioner. Pendekatan-pendekatan yang dapat dipakai oleh perusahaan untuk melaporkan aktivitas-aktivitas pertanggungjawaban sosialnya ini dirangkum oleh Dilley dan Weygandt menjadi empat kelompok sebagai berikut:

a. *Inventory Approach*

Perusahaan mengkompilasikan dan mengungkapkan sebuah daftar yang komprehensif dari aktivitas-aktivitas sosial perusahaan. Daftar ini harus memuat semua aktivitas sosial perusahaan baik yang bersifat positif maupun negatif.

b. *Cost Approach*

Perusahaan membuat daftar aktivitas-aktivitas sosial perusahaan dan mengungkapkan jumlah pengeluaran pada masing-masing aktivitas tersebut.

c. *Program Management Approach*

Perusahaan tidak hanya mengungkapkan aktivitas-aktivitas pertanggung-jawaban sosial tetapi juga tujuan dari aktivitas tersebut serta hasil yang telah dicapai oleh perusahaan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan itu.

d. *Cost Benefit Approach*

Perusahaan mengungkapkan aktivitas yang memiliki dampak sosial serta biaya dan manfaat dari aktivitas tersebut. Kesulitan dalam penggunaan pendekatan ini adalah adanya kesulitan dalam mengukur biaya dan manfaat sosial yang diakibatkan oleh perusahaan terhadap masyarakat.

3. Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan (*Disclosure In Annual Report*)

Pengungkapan sosial dalam pengungkapan informasi tentang aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosial perusahaan. Pengungkapan sosial dapat dilakukan melalui berbagai media antara lain laporan tahunan, laporan interim, prospektus, pengumuman pada bursa efek atau melalui media massa.

Perusahaan cenderung untuk mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan aktivitasnya dan dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan tersebut (Gray,dkk dalam Cahyono, 2011:16) menyebutkan ada tiga studi, yaitu:

a. *Decision Usefulness Studies*

Balkaoui (1989) dalam Cahyono (2011) mengemukakan bahwa perusahaan melakukan aktivitas sosial akan mengungkapkannya dalam laporan keuangan. Sebagian dari studi-studi yang dilakukan oleh para peneliti yang mengemukakan pendapat ini menemukan bukti bahwa informasi sosial dibutuhkan oleh para pemakai laporan keuangan. Para analis, *banker* dan pihak lain yng dilibatkan dalam

penelitian tersebut diminta untuk melakukan pemeringkatan terhadap informasi akuntansi. Informasi akuntansi tersebut tidak terbatas pada informasi akuntansi tradisional yng telah dinilai selama ini, tetapi juga informasi yang lain yang relatif baru dalam wacana akuntansi. Mereka menempatkan informasi aktivitas sosial perusahaan pada posisi yang *moderately important.*

b. *Economic Theory Studies*

Studi ini menggunakan *agency theory* dimana menganalogikan manajemen sebagai agen dari suatu prinsipal. Lazimnya, principal diartikan sebagai pemegang saham atau tradisional *users* lain. Namun, pengertian principal tersebut meluas menjadi seluruh *interest group* perusahaan yang bersangkutan. Sebagai agen, manajemen akan berupaya mengoperasikan perusahaan sesuai dengan keinginan publik.

c. *Social and Political Theory Studies*

Studi di bidang ini menggunakan teori *stakeholder,* teori legitimasi organisasi dan teori ekonomi politik. Teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder.*

Menurut Murtanto (2006) dalam Cahya (2010:17), pengungkapan kinerja perusahaan seringkali dilakukan secara sukarela (*voluntary disclosure*) oleh perusahaan. Adapun alasan perusahaan mengungkapkan kinerja sosial secara sukarela antara lain:

1. *Internal Decision Making*: manajemen membutuhkan informasi untuk menentukan efektivitas informasi sosial tertentu dalam mencapai tujuan sosial perusahaan. Walaupun hal ini sulit diidentifikasi dan diukur, namun analisis secara sederhana lebih baik daripada tidak sama sekali.
2. *Product Differentiaton*: manajer perusahaan memiliki insentif untuk membedakan diri dari pesaing yang tidak bertanggung jawab secara sosial kepada masyarakat. Akuntansi kontemporer tidak memisahkan pencatatan biaya dan manfaat aktivitas sosial perusahaan dalam laporan keuangan, sehingga perusahaan yang tidak peduli sosial akan terlihat lebih sukses daripada perusahaan yang peduli. Hal ini mendorong perusahaan yang peduli sosial untuk mengungkapkan informasi tersebut sehingga masyarakat dapat membedakan mereka dari perusahaan lain.
3. *Enlightened Self Interest*: perusahaan melakukan pengungkapan untuk menjaga keselarasan sosialnya dengan para *stakeholder* karena mereka dapat mempengaruhi pendapatan penjualan dan harga saham perusahaan.

2.2.6 Kualitas Laba

Kualitas laba atau lebih umum kualitas pelaporan keuangan merupakan bagian dari pihak yang menggunakan laporan finansial untuk tujuan pembuatan kontrak dan pembuatan keputusan investasi. Semakin baik kualitas laba akan semakin maksimal kemanfaatan tujuan pembuat keputusan. (Bandi, 2007:9)

Para pemakai laporan keuangan berbeda dalam pandangan mereka berkenaan dengan arti kata “kualitas laba“:

1. Beberapa pemakai menghubungkan kualitas laba dengan konservatisme akuntansi, dengan beragumen bahwa kualitas laba yang ditentukan secara konservatif adalah lebih tinggi sebab laba tersebut lebih kecil kemungkinannya untuk menunjukkan pelaporan terlalu besar dalam arti pengembangan masa yang akan datang.
2. Pemakai lainnya menggambarkan laba laporan sebagai yang memiliki kualitas tinggi jika laba secara akurat merefleksikan peristiwa dan kondisi yang mendasari.
3. Interpretasi ketiga tentang kualitas laba fokus pada persistensi, yang menyarankan bahwa laba merupakan bagian dari kualitas tinggi, jika mereka diharapkan akan terjadi lagi (*expected to recur*).
4. Interpretasi keempat tentang kualitas laba menjeneralisasi pandangan persistensi dan menghubungkan kualitas laba dengan prediktabilitas laba.
5. Mikhail, Walther, and Willis (MWW, 2003) dalam Bandi (2007:11) menawarkan interepetasi kelima: laba kualitas tinggi memudahkan prediksi akurat (*precise predictions*) tentang arus kas operasi mendatang. Secara khusus, MWW mengukur kualitas laba sebagai *adjusted* R^2 dari regresi arus kas mendatang pada laba sekarang.

Richardson (2003) dalam Bandi (2007:11) menyatakan bahwa ukuran pokok kualitas laba adalah deviasi laba neto dari arus kas operasi. Dia berpendapat bahwa laba yang lebih persisten dianggap sebagai laba berkualitas tinggi. Kualitas laba sering didefinisikan dari sisi persistensi dan berkelanjutan, dia merujuk beberapa pengertian berikut:

1. Revsine et al. (1999, hal 224-225 dalam Bandi, 2007:11) laba dianggap berkualitas tinggi jika laba bisa berlanjut (*sustainable*)
2. Bodie et al. (2002, hal 628 dalam Bandi, 2007:11) kualitas laba dilihat dari sisi "ukuran yang dengannya kita bisa berharap level laba laporan diberlanjutkan. Allah telah menjelaskan dalam Al-Qur'an bahwasannya kita dianjurkan untuk selalu berhati-hati dalam bermuamalah, hal tersebut dijelaskan dalam ayat di bawah ini:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

Artinya:

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."(QS. An-Nisa':29)

Definisi laporan keuangan menurut Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang dikeluarkan oleh Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) yaitu:

"Laporan keuangan bagian dari proses pelaporan keuangan. Laporan keuangan yang lengkap biasanya meliputi neraca, laporan laba-rugi, laporan perubahan posisi keuangan yang disajikan dalam berbagai cara (seperti misalnya sebagai laporan arus kas atau arus dana), catatan dan laporan lain serta materi penjelasan yang merupakan bagian integral dari laporan keuangan. Di samping itu juga termasuk skedul dan informasi tambahan yang berkaitan dengan laporan

tersebut misalnya informasi keuangan segmen industri dan geografis serta pengungkapan pengaruh perubahan harga".

Fungsi pelaporan keuangan menurut SFAC No. 1 yaitu:

1. Pelaporan keuangan harus memberikan informasi yang berguna bagi investor potesial dan kreditur dan pengguna lainnya dalam rangka pengambilan keputusan investasi rasional, kredit dan keputusan sejenis lainnya.
2. Menyediakan informasi untuk membantu investor dan potensial investor, kreditor, dan pengguna lainnya untuk menilai jumlah, waktu dan ketidakpastian prospek perolehan kas dari deviden, atau bunga dari penerimaan, penjualan, penebusan, atau pinjaman.
3. Menyediakan informasi tentang sumber daya perusahaan, klaim terhadap sumber daya tersebut, dan pengaruh transaksi, kejadian dan lingkungan serta klaim yang dapat berpengaruh terhadap sumber daya tersebut.

Menurut Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan Standar Akuntansi Keuangan terdapat empat karakteristik kualitatif laporan keuangan yang dapat berguna bagi para pemakainya. Keempat karakteristik kualitatif informasi tersebut yaitu dapat dapat dipahami (*understandability*), relevan (*relevance*), andal (*reliability*), dan dapat diperbandingkan (*comparability*).

Menurut IAI keempat karakteristik laporan keuangan tersebut mempunyai arti:

1. Dapat dipahami (*understandability*)

   Ini berarti bahwa kualitas penting yang ditampung dalam laporan keuangan adalah kemudahannya untuk segera dapat dipahami oleh pemakai. Untuk maksud ini, pemakai diasumsikan memiliki pengetahuan yang memadai tentang aktivitas ekonomi dan bisnis, akuntansi, serta kemauan untuk mempelajari dengan ketekunan yang wajar.

2. Relevan (*relevance*)

   Suatu laporan keuangan dikatakan relevan apabila informasi yang disajikan dalam laporan keuangan tersebut memiliki manfaat, sesuai tindakan yang akan dilakukan oleh pemakai laporan keuangan. Atau dengan kata lain, relevan merupakan kemampuan dari suatu informasi untuk mempengaruhi keputusan manajer atau pemakai laporan keuangan lainnya sehingga keberadaan informasi tersebut mampu mengubah atau mendukung harapan mereka tentang hasil-hasil atau konsekuensi dari tindakan yang diambil.

3. Keandalan (*reliability*)

   Keandalan merupakan kualitas informasi yang disampaikan laporan keuangan menyebabkan pemakai informasi akuntansi sangat bergantung pada kebenaran informasi yang dihasilkan. Keandalan suatu informasi sangat tergantung pada kemampuan suatu informasi untuk menggambarkan secara wajar keadaan/peristiwa yang digambarkan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

4. Dapat diperbandingkan (*comparability*)

   Suatu laporan keuangan dapat diperbandingkan bila informasi tersebut dapat saling diperbandingkan baik antar periode maupun antar perusahaan. Laporan keuangan mempunyai peranan penting bagi banyak pihak, sehingga ketepatan waktu dalam penyampaian laporan keuangan sangat dibutuhkan.

2.2.6.1 Kualitas akrual (*Accruals Quality*)

Laporan keuangan pada dasarnya merupakan sarana manajemen dalam mengkomunikasikan informasi-informasi yang berkaitan dengan kinerja keuangan perusahaan. Dalam Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan (IAI, 2007) dinyatakan bahwa tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pengguna dalam pengambilan keputusan ekonomi. Pengguna informasi dalam hal ini seperti investor, karyawan, pemberi pinjaman, pemasok dan kreditor usaha, pelanggan, pemerintaah dan masyarakat. (Sondang, 2012:21)

Salah satu asumsi dasar penyusunan laporan keuangan adalah asumsi akrual. Dalam asumsi dasar akrual, pendapatan diakui saat diperoleh dan pengeluaran saat dibebankan tanpa mempertimbangkan waktu pembayaran diterima atau dikeluarkan. Asumsi ini merupakan kebalikan dari basis akrual yang mencatat penerimaan saat ada kas yang diterima atau dikeluarkan. Perbedaan

penggunaan asumsi ini akan mempengaruhi pencatatan perusahaan dan mempengaruhi informasi mengenai arus kas perusahaan. (Sondang, 2012:21)

Para investor, kreditor, dan pembuat keputusan yang lain akan mencari informasi mengenai arus kas perusahaan di masa depan. Akuntansi yang berbasis akrual menyediakan informasi ini dengan melaporkan arus kas masuk dan keluar yang berhubungan dengan aktivitas *earning*, segera sesudah manajemen bisa memperkirakan arus kas dengan keyakinan tertentu. Piutang dan hutang merupakan akun yang sering menjadi indikator estimasi untuk arus kas masuk dan arus kas keluar di masa depan. Dengan kata lain, akuntansi berbasis akrual membantu dalam memprediksi arus kas di masa depan dengan melaporkan transaksi dan kejadian lain dengan konsekunsi kas yang diterima saat transaksi atau kejadian terjadi, bukan saat kas diterima atau dibayar (Kieso *et al*., 2011). Porter *et al*., (2004) menyatakan bahwa pendapatan dalam basis akrual merupakan indikator yang lebih baik untuk melihat arus kas masuk dan keluar di masa depan. (Sondang, 2012:22)

2.2.8.2 Persistensi Laba (*Earnings Persistence*)

Persistensi laba merupakan laba yang dapat digunakan sebagai indikator *future earnings*. Persistensi laba yang *sustainable* dinyatakan sebagai laba yang mempunyai kualitas tinggi; sebaliknya jika laba *unusual* dinyatakan sebagai laba yang mempunyai kualitas jelek (Penman dan Zhang, 2002) dalam Sunarto (2009) hlm: 18. Penman (2003) dalam Sunarto (2009:18) membedakan laba ke dalam dua kelompok: *sustainable earnings* (*earnings persistent* atau *core earnings*), dan

unusual earnings atau *transitory earnings*. Persistensi laba merupakan laba yang mempunyai kemampuan sebagai indikator laba periode mendatang (*future earnings*) yang dihasilkan oleh perusahaan secara berulang-ulang (*repetitive*) dalam jangka panjang (*sustainable*). Sedangkan *unusual earnings* atau *transitory earnings* merupakan laba yang dihasilkan secara temporer dan tidak dapat dihasilkan secara berulang-ulang (*non-repeating*), sehingga tidak dapat digunakan sebagai indikator laba periode mendatang.

Nichols dan Wahlen (2004) dalam Sunarto (2009:19) menyatakan bahwa teori tentang angka laba akuntansi yang mengarah pada persistensi laba tergantung pada tiga asumsi. *Pertama*, teori mengasumsikan bahwa laba (atau lebih luas lagi laporan keuangan) memberikan informasi kepada para pemegang saham tentang profitabilitas saat ini dan ekspektasi periode mendatang. *Kedua,* teori mengasumsikan bahwa profitabilitas saat ini dan periode mendatang memberikan informasi kepada para pemegang saham tentang dividen saat ini dan periode mendatang. *Ketiga,* teori mengasumsikan bahwa harga saham sama dengan nilai sekarang (*present value*) dari ekspektasi dividen periode mendatang. Sementara, Tucker dan Zarowin (2006) dalam Sunarto (2009:19) menyatakan bahwa keinformasian laba (*earnings informativeness*) dipengaruhi oleh interaksi antara *income smoothing* (*IS*) dan *accrual quality* (*ACC*). Perusahaan yang melaporkan laba lebih *smooth* akan memberikan informasi yang lebih kepada para pemegang saham. Interaksi antara *IS* dan *ACC* memberikan keinformasian laba yang lebih besar daripada interaksi *IS* dan *CFO*.

2.2.8.3 Perataan Laba (*Income Smoothness*)

Perataan laba (*income smoothing*) dapat didefinisikan sebagai usaha untuk memperkecil jumlah laba yang dilaporkan jika laba aktual lebih besar dari laba normal, dan usaha untuk memperbesar jumlah laba yang dilaporkan jika laba aktual lebih kecil dari laba normal. Selain itu, perataan laba didefinisikan sebagai pengurangan yang disengaja terhadap fluktuasi pada beberapa level laba supaya dianggap normal bagi perusahaan Prasetio, dkk (2002) dalam Amanza (2012:20).

Praktik perataan laba dilakukan oleh manajemen perusahaan yang dapat menyebabkan pengungkapan laba di laporan keuangan menjadi tidak memadai, bahkan terkesan menyesatkan. Hal ini berakibat investor tidak memiliki informasi yang akurat tentang laba, sehingga investor gagal dalam menaksir risiko investasi mereka. Pemilihan metode akuntansi yang menyajikan adanya laba yang rata dari tahun ke tahun merupakan salah satu hal yang sangat disukai oleh manajemen dan para investor, karena laba yang rata mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut kuat dan stabil Atik (2008) dalam Amanza (2012:20).

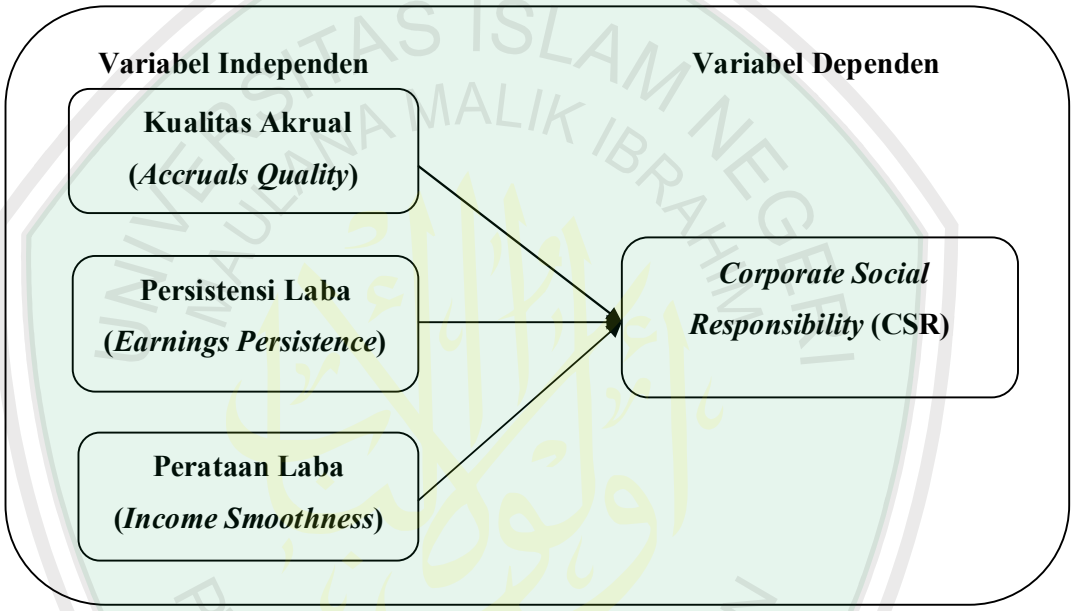
Belkaoui (2000) dalam Amanza (2012:20) mendefinisikan *income smoothing* adalah sebagai suatu upaya yang disengaja dilakukan manajemen untuk mencoba mengurangi variasi abnormal dalam laba perusahaan dengan tujuan untuk mencapai suatu tingkat yang normal bagi perusahaan.

2.3 Kerangka Berfikir dan Kerangka Konsep

Untuk memberikan gambaran yang jelas dalam penelitian ini diberikan kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Kualitas Akrual terhadap CSR

Francis *et al.* (2005) dalam Sondang (2012:18) menyatakan bahwa mereka lebih percaya komponen akrual merupakan indikator yang lebih baik untuk mengukur resiko informasi. Penyebabnya, akrual merupakan hasil dari *judgement*, estimasi, dan penempatan dari arus kas periode yang berbeda-beda, sementara arus kas nilainya lebih bisa dipastikan karena berasal dari perhitungan matematis laporan keuangan.

Corporate social responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah bentuk pertanggungjawaban yang berupa informasi yang disampaikan dalam laporan tahunan perusahaan mengenai tanggung jawab perusahaan atas kegiatan operasi perusahaan tersebut kepada masyarakat. Tanggung jawab sosial merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. (Permanasari, 2010:35)

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis pertama dapat dirumuskan ke dalam hipotesis alternatif 1 (H1) sebagai berikut:

H1 : Kualitas akrual (*Accrual Quality*) berpengaruh signifikan terhadap CSR (*Corporate Social Responsibility*)

2.4.2 Pengaruh Persistensi Laba terhadap CSR

Persistensi laba merupakan laba yang mempunyai kemampuan sebagai indikator laba periode mendatang (*future earning*) yang dihasilkan oleh perusahaan secara berulang-ulang (*repetitive*) dalam jangka panjang (*sustainable*). Laba dikatakan persisten, apabila laba saat ini dapat digunakan sebagai pengukur laba periode mendatang. (Sunarto, 2010:25)

Corporate social responsibility merupakan suatu proses pengkomunikasian dampak-dampak sosial dan lingkungan di sekitar perusahaan atas tindakan ekonomi yang dilakukan oleh perusahaan terhadap kelompok tertentu dalam masyarakat dan pada masyarakat secara keseluruhan. Hal ini

memperluas tanggung jawab perusahaan dalam menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal terutama pemegang saham. Dengan begitu, tanggung jawab perusahaan tidak hanya mencari laba untuk pemegang saham, namun juga harus menyediakan laporan pertanggungjawaban sosial terhadap masyarakat. (Anggitasari, 2012:37)

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis pertama dapat dirumuskan ke dalam hipotesis alternatif 2 (H2) sebagai berikut:

H2 : Persistensi laba (*Earning Persistence*) berpengaruh signifikan terhadap CSR (*Corporate Social Responsibility*)

2.4.3 Pengaruh Perataan Laba terhadap CSR

Joel G. Siegel dan Jae K. Shim (1996) dalam Rifa'i, dkk (2012:3) dalam kamus istilah akuntansi menyatakan bahwa *income smoothing* merupakan bentuk manajemen pendapatan yang mencerminkan hasil ekonomi yang diinginkan manajemen. Hasil dari hal tersebut sifatnya lebih rendah dari keuntungan karena laba tidak menunjukkan kinerja ekonomi pada saat itu. *Income smoothing* tidak melakukan pemalsuan atau penyimpangan tetapi dengan cara menggunakan alternatif prinsip akuntansi yang lainnya. Tujuan dari *income smoothing* adalah mengurangi fluktuasi laba dengan cara mengalihkan pendapatan dari tahun yang baik ke tahun yang lebih buruk.

Usaha yang memungkinkan dilakukan oleh manajer untuk mengamankan posisi mereka adalah dengan membuat dan melibatkan diri dalam kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan hubungan antara perusahaan dengan

stakeholder dan lingkungan sosial masyarakat, dalam hal ini *corporate social responsibility* (CSR). Untuk menarik dukungan dari kelompok tersebut, kegiatan CSR yang biasa dilakukan adalah: memasukkan aspek sosial ke dalam proses produksi, mengadopsi praktek pengembangan sumber daya manusia secara progresif, meningkatkan kegiatan yang ramah lingkungan melalui kegiatan daur ulang dan pengurangan polusi dan limbah, atau dengan mempercepat tujuan dari organisasi masyarakat. (McWilliams *et al* ., 2006 dalam Haryudanto 2011:17)

H3 : Perataan laba (*Income Smoothness*) berpengaruh signifikan terhadap CSR (*Corporate Social Responsibility*)

2.4.4 Pengaruh Bersama-sama Kualitas Akrual, Persistensi Laba, dan Perataan Laba terhadap CSR

Ukuran perusahaan dalam teori agensi menggambarkan bahwa hubungan asimetri informasi antara ukuran perusahaan dengan kualitas pelaporan keuangan semakin besar, dikarenakan kesalahan dan perbedaan informasi yang terjadi. Perusahaan dengan ukuran yang besar diharapkan mampu memberikan kontribusi kepada lingkungan dalam bentuk aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan pembayaran pajak kepada pemerintah. Hal ini yang menyebabkan perusahaan dengan ukuran besar memiliki dorongan untuk melakukan praktik perataan laba dengan menggunakan asimetri informasi untuk memanipulasi laporan keuangan agar terlihat stabil (*smooth*), sehingga perusahaan dengan ukuran besar selalu menciptakan keadaan dimana kinerja perusahaan itu terlihat baik dengan cara menghindari fluktuasi laba yang naik turun.

Francis menyatakan bahwa atribut-atribut laba berbasis akuntansi dapat digunakan sebagai pengukur kualitas laba. Sedikitnya ada tiga atribut laba yang mempunyai pengaruh kuat memberikan sinyal positif yaitu *accruals quality, earnings persistence,* dan *smoothness*.

H4 : Terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama kualitas akrual, persistensi laba, perataan laba terhadap CSR (*Corporate Social Responsibility*)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM PUSAT PERPUSTAKAAN