

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian Sebelumnya

Othman dan Thani (2010) melakukan penelitian mengenai penggunaan *Islamic Social Responsibility* terkait pelaporan sosial pada perusahaan di Malaysia yang hasilnya menunjukkan sangat minimnya perusahaan yang mengungkapkan kegiatan sosial menggunakan indeks ISR, sehingga hal tersebut mengindikasikan kurangnya transparansi dan akuntabilitas yang berhubungan dengan kegiatan sosial yang bernilai Islam pada perusahaan-perusahaan di Malaysia.

Fitria, dan Dwi (2010) melakukan studi perbandingan mengenai pengungkapan berdasarkan *Global Reporting Initiative Indeks* dan *Islamic Social Reporting Index* pada perbankan konvensional dan perbankan syariah di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan laporan pada perbankan syariah menggunakan Indeks GRI lebih baik dari pada pengungkapan yang menggunakan Indeks ISR.

Hal tersebut berbanding lurus dari hasil penelitian yang dilakukan Hafiez Sofyani, dkk. (2010) yang melakukan studi perbandingan pengukuran tingkat kinerja sosial pada perbankan syariah di Malaysia dan di Indonesia menggunakan ISR (*Islamic Social Reporting Indeks*) dan dari hasil penelitian tersebut, ditemukan beberapa bukti bahwa secara umum, perbankan syariah di Malaysia memiliki tingkat kinerja sosial yang lebih tinggi dibandingkan perbankan syariah yang ada di Indonesia. Dari hasil-hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa perkembangan indeks ISR di Indonesia masih sangat lambat dibandingkan

perkembangan indeks ISR di negara-negara Islam lain, dimana indeks ISR telah menjadi bagian pelaporan organisasi syariah.

Landasan Teori

Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004 dalam Anggraini, 2006). Menurut Gray et al. (1987), dalam Murwaningsih (2006) perusahaan bertanggung jawab secara sosial ketika manajemennya memiliki visi atas kinerja operasional perusahaan tetapi juga dalam menjalankan aktivitasnya, memperhatikan lingkungan yang ada disekitarnya. Ruang lingkup CSR antara lain:

Basic Responsibility, tanggung jawab yang muncul karena keberadaan perusahaan, contohnya kewajiban membayar pajak, menaati hukum, memenuhi standar pekerjaan, dan memuaskan pemegang saham.

Organizational Responsibility, tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi kepentingan *stakeholder*, yaitu karyawan, konsumen, pemegang saham dan masyarakat.

Societal Responsibility, tanggung jawab yang menjelaskan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan masyarakat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan.

Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya

tempat perusahaan beroperasi. Hal ini sejalan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan perusahaan dalam kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan (Lindblom, 1994, dalam Haniffa et al, 2005).

Menurut Kotler dan Lee (2005:4) CSR adalah *a commitment to improve community well-being through discretionary business practices and contributions of corporate resources*. Mereka mengatakan bahwa CSR merupakan sebuah komitmen untuk meningkatkan kehidupan masyarakat yang baik melalui kebijakan bisnis dan kontribusi sumber daya alam. Jika terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat, maka perusahaan dalam kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan (Lindblom, 1994, dalam Haniffa et al, 2005). Kotler dan Lee (2005:150) mengidentifikasi enam pilihan program bagi perusahaan untuk melakukan inisiatif dan aktivitas yang berkaitan sebagai wujud komitmen dari pertanggungjawaban social perusahaan. Keenam inisiatif sosial tersebut adalah :

Cause Promotions, yaitu inisiatif korporasi untuk mengalokasikan dana atau bantuan dalam bentuk barang dan sumber daya lain untuk meningkatkan kesadaran dan perhatian tentang masalah sosial tertentu atau dalam rangka rekrutmen sukarelawan.

Cause-Related Marketing, yang berarti korporasi berkomitmen untuk mendonasikan sejumlah persentase tertentu dari pendapatan untuk hal tertentu yang berkait dengan penjualan produk.

Corporate Social Marketing, yaitu upaya korporasi memberi dukungan pada pembangunan dan/atau pelaksanaan kegiatan yang ditujukan untuk mengubah sikap dan perilaku dalam rangka memperbaiki kesehatan masyarakat, pelestarian lingkungan, dll.

Corporate Philanthropy, berupa pemberian sumbangan sebagai kegiatan amal (*charity*). Seringkali dalam bentuk hibah tunai, donasi dan/atau dalam bentuk barang.

Community Volunteering, dalam perwujudan dukungan dan dorongan korporasi kepada para karyawan, mitra pemasaran dan/atau anggota *franchise* untuk menyediakan dan mengabdikan waktu dan tenaga mereka untuk membantu kegiatan organisasi social tertentu.

Socially Responsible Business Practices, yaitu adopsi praktik-praktik bisnis yang bersifat diskresi serta berbagai investasi yang mendukung pemecahan masalah informasi sosial tertentu.

Tren Pelaporan CSR di Dunia dan di Indonesia

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh *Global Reporting Initiative* (2008) terdapat peningkatan yang signifikan atas jumlah perusahaan yang membuat laporan CSR yang dikenal sebagai laporan keberlanjutan (*Sustainability Reporting*), yaitu dari sekitar 300 di tahun 1996 menjadi 3.100 di tahun 2008. Selain itu survey tersebut juga memperlihatkan bahwa pelaporan CSR tersebut kebanyakan dilakukan sebagai pelaporan yang bersifat sukarela dan bukan bersifat wajib. Oleh karenanya bentuk dan format *sustainability reporting* sangat bervariasi sesuai dengan kebutuhan organisasi. Hal ini menjadi wajar mengingat

banyaknya organisasi internasional yang telah memberikan panduan untuk menyajikan pelaporan CSR seperti : *Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Guidelines* diterbitkan oleh *Global Reporting Initiative (GRI)*, *Organization for Economic Cooperation and Development guidelines for multinational enterprise* diterbitkan oleh *Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)*, *Social Accountability 8000* (diterbitkan oleh *Social Accountability International*), *AA 1000 for auditing and assurance process* (ditebitkan oleh *Accountability*, sebuah organisasi *membership* internasional), Sistem manajemen lingkungan (ISO 14001, EMAS), *Global Compact* dan *United Nation Norms*, (diterbitkan oleh *United Nations*), serta *Greenhouse gas Protocol* (diterbitkan oleh *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* dan *World Resources Institute*).

Di antara berbagai *reporting standards* tersebut GRI G3 *Sustainability Reporting Guidelines* adalah standar pelaporan yang diterima secara umum dan paling banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan di dunia. Penelitian empiris juga memperlihatkan bahwa terjadi peningkatan pengungkapan sosial dalam laporan keuangan tahunan perusahaan Indonesia (Hartanti, 2003). Dan semakin banyaknya perusahaan di Indonesia yang mempergunakan standar *Global reporting Initiative* dalam melakukan pelaporan CSR (Darwin, 2007).

Konsep Corporate Social Responsibility Secara Konvensional

Menurut Suharto (2006), konsep CSR sebagai sebuah tanggung jawab sosial perusahaan kini semakin diterima dengan luas. Walaupun ada beberapa pihak yang menganggapnya masih kontroversial, dimana mereka beragumen bahwa

perusahaan sebagai pencari laba telah membayar sejumlah uang berupa pajak kepada negara untuk disalurkan kepada publik dalam rangka peningkatan kesejahteraan. Sementara pihak yang berseberangan menyatakan bahwa perusahaan tidak dapat dipisahkan dari individu yang terlibat didalamnya, seperti pemilik dan karyawan. Oleh karena itu, sudah bukan saatnya perusahaan hanya memikirkan keuntungan finansial semata, tetapi juga harus memperdulikan hak dan kepentingan publik, khususnya yang berada di sekitar perusahaan.

Hingga saat ini belum ada definisi tetap atas tanggung jawab sosial, masing-masing pihak memiliki definisi dan interpretasi yang beragam mengenai CSR. Keragaman ini sesungguhnya merupakan cerminan dari perbedaan latar belakang serta pola pikir para praktisi yang mendefinisikan CSR, walaupun secara garis besar dapat terlihat bahwa mereka telah memiliki benang merah yang sama. Secara umum CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab yang dilakukan oleh perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis dan memenuhi seluruh aspek ekonomi, sosial dan lingkungan dengan baik demi pembangunan yang berkelanjutan (Wibisono, 2007). Dari sisi filosofi konvensional, terdapat beberapa teori yang melatarbelakangi pelaksanaan CSR dalam perusahaan, yaitu:

Teori Kapitalisme Milton Friedman merupakan pendukung teori ini. Menurut Friedman (1967) apabila perusahaan melakukan aktivitas CSR di luar kepentingan para pemegang sahamnya, maka itu menyalahi tujuan perusahaan. Satu-satunya kewajiban perusahaan dan termasuk CSR didalamnya adalah memberikan

kemakmuran kepada pemegang saham. Aktivitas donasi dibolehkan jika dirasa dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan dan bukan sekedar filantropi.

Teori Kontrak Sosial Dalam teori ini diyakini bahwa perusahaan hanya dapat berusaha dengan baik jika ia didukung oleh masyarakat sekitarnya (Moir, 2001). Sehingga dalam hal ini perusahaan akan dianggap sebagai institusi social yang harus berkontribusi kepada lingkungan sosialnya.

Teori Instrumen Menurut teori ini CSR dipandang sebagai alat strategi untuk mencapai tujuan perusahaan. Sehingga menurut teori ini perusahaan dalam melakukan aktivitas CSRnya memiliki tujuan tertentu seperti menciptakan reputasi positif, kehumasan atau manfaat sejenis lainnya (Burke dan Logsdon, 1996).

Teori Legitimasi Menurut teori ini, perusahaan akan melakukan aktivitas CSR dikarenakan adanya tekanan social, politik dan ekonomi dari luar perusahaan. Sehingga perusahaan akan menyeimbangkan tuntutan tersebut dengan melakukan apa yang diinginkan oleh masyarakat dan apa yang diharuskan oleh peraturan (Deegan, 2002).

Teori *Stakeholder* Aktivitas CSR, menurut teori ini dilakukan untuk mengakomodasi keinginan dan kebutuhan pemangku kepentingan (*stakeholder*) sehingga perusahaan dapat beraktivitas dengan baik dan dengan seluruh dukungan pemangku kepentingan tersebut (Clarkson, 1995).

Konsep *Corporate Social Responsibility* Dalam Islam

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

berinovasi dalam muamalah, namun tidak dalam akidah, ibadah dan akhlaq (Kamali, 1989). Lembaga yang menjalankan bisnisnya berdasarkan syariah pada hakekatnya mendasarkan pada filosofi dasar Al Qur'an dan Sunah (Ahmad, 2002 dalam Fitira dan Hartanti, 2010). Sehingga hal ini menjadikan dasar bagi pelakunya dalam berinteraksi dengan lingkungan dan sesamanya. Oleh karenanya ikatan hubungan antara institusi dengan lingkungannya dalam konsep syariah akan lebih kuat daripada dalam konsep konvensional, karena pada syariah didasarkan pada dasar-dasar religius.

Dalam Islam manusia bertanggung jawab terhadap Allah dalam melaksanakan aktivitasnya dan segenap aktivitas dijalankan untuk mencapai Ridho-Nya (Al Attas, 1996 dalam Fitira dan Hartanti, 2010). Sehingga hubungan dan tanggung jawab antara manusia dengan Allah ini akan melahirkan kontrak religius (*divine contract*) yang lebih kuat dan bukan sekedar kontrak sosial belaka (Osman, 2001 dalam Fitira dan Hartanti, 2010). Menurut Sayyid Qutb dalam kajian lisensi (Rabu, 19 Mei 2010), Islam mempunyai prinsip pertanggung jawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya, antara jiwa dan raga, antara individu dan keluarga, antara individu dan sosial dan, antara suatu masyarakat dengan masyarakat yang lain.

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:

Pelaku-Pelaku Organisasi, meliputi:

Hubungan perusahaan dengan pekerja (QS. An-nisa ayat 149)

﴿١٤٩﴾ إِنَّ تَجِدُوا خَيْرًا أَوْ تُخْفُوهُ أَوْ تَعْفُوا عَنْ سُوءٍ فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ عَفُورًا قَدِيرًا ﴿١٤٩﴾

“Jika kamu melahirkan sesuatu kebaikan atau menyembunyikan atau memaafkan sesuatu kesalahan (orang lain), maka Sesungguhnya Allah Maha Pema'af lagi Maha Kuasa”.

Hubungan pekerja dengan perusahaan,

Hubungan perusahaan dan pelaku usaha lain (distributor, konsumen, pesaing).

Lingkungan Alam (QS. Al-A'raf ayat 56).

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

“Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik”.

Kesejahteraan Sosial Masyarakat (Al Ma'un ayat 1-7)

﴿١﴾ أَرَأَيْتَ الَّذِي يُكَذِّبُ بِالْإِيمَانِ ﴿١﴾ فَذَلِكَ الَّذِي يَدْعُ الْيَتِيمَ ﴿٢﴾ وَلَا يَحْضُ عَلَىٰ طَعَامِ الْمِسْكِينِ ﴿٣﴾ فَوَيْلٌ لِلْمُصَلِّينَ ﴿٤﴾ الَّذِينَ هُمْ عَنْ صَلَاتِهِمْ سَاهُونَ ﴿٥﴾ الَّذِينَ هُمْ يُرَاءُونَ ﴿٦﴾ وَيَمْنَعُونَ الْمَاعُونَ ﴿٧﴾

“Tahukah kamu (orang) yang mendustakan agama, Itulah orang yang menghardik anak yatim, Dan tidak menganjurkan memberi makan orang miskin. Maka kecelakaanlah bagi orang-orang yang shalat, (yaitu) orang-orang yang lalai dari

shalatnya, Orang-orang yang berbuat riya, Dan enggan (menolong dengan) barang berguna”.

Perkembangan *Islamic Social Reporting*

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

Dalam konteks Islam masyarakat mempunyai hak untuk mengetahui berbagai informasi mengenai aktivitas organisasi. Hal ini dilakukan untuk melihat apakah perusahaan tetap melakukan kegiatannya sesuai syariah dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Baydoun dan Willet, 1997). Hanya saja ketiadaan standar CSR secara syariah menjadikan pelaporan CSR perusahaan syariah menjadi tidak seragam dan standar. Standar yang dikeluarkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*) tidak dapat dijadikan sebagai suatu standar pengungkapan CSR karena tidak menyebutkan keseluruhan item-item terkait CSR yang harus diungkapkan suatu perusahaan.

Othman, Thani dan Ghani (2009) melakukan penelitian mengenai praktek pelaporan CSR perusahaan syariah yang *listed* di bursa Malaysia, dan hasilnya memperlihatkan bahwa kebanyakan masih pada tahap konseptual. Hal ini dikarenakan belum adanya standar yang bisa di adopsi perusahaan dalam

penerapan CSR syariah tersebut. Penelitian dalam ranah CSR syariah umumnya menggunakan model indeks *Islamic Social Reporting* yang dikembangkan dengan dasar dari standar pelaporan berdasarkan AAOIFI yang kemudian dikembangkan oleh masing-masing peneliti berikutnya (Hanifa, 2002; Maali et al, 2006; Ousama dan Fatima, 2006; Sulaiman, 2005; Othman et al, 2009). Secara khusus indeks ISR adalah perluasan dari *social reporting* yang meliputi harapan masyarakat tidak hanya mengenai peran perusahaan dalam perekonomian, tetapi juga peran perusahaan dalam perspektif spiritual (Haniffa, 2002). Selain itu, indeks ISR juga menekankan pada keadilan sosial terkait pelaporan mengenai lingkungan, hak minoritas, dan karyawan.

Dalam *Islamic Social Responsibility Indeks* (ISR) terdapat sebanyak 46 item indeks pengungkapan dikembangkan dan kemudian dikategorikan ke dalam enam tema yaitu; keuangan dan investasi, produk / jasa, karyawan, masyarakat, lingkungan dan tata kelola perusahaan. Berikut penjelasannya:

Keuangan dan Investasi

Informasi yang akan diungkapkan adalah apakah sumber keuangan dan investasi telah bebas dari bunga (riba) dan spekulatif bebas (*gharar*), karena ini adalah sangat dilarang (haram) dalam Islam, sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَذَرُوْا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَاۤ اِنْ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِيْنَ ﴿٢٧٨﴾

“Hai orang yang beriman! bertakwalah kepada Allah, dan tinggalkanlah sisa riba (yang belum dipungut), jika kamu orang beriman“(QS.Al-Baqarah:278).

Produk / Jasa

Informasi yang diungkapkan mengenai produk atau jasa adalah tanggung jawab perusahaan untuk mengungkapkan semua produk atau jasa yang termasuk ke dalam kategori haram (dilarang) seperti minuman keras, babi, perjudian, urusan senjata, dan hiburan. Muslim benar-benar peduli dengan status halal dari produk / jasa (Haniffa, 2002). Hal ini didukung oleh hadis berikut: Sesungguhnya Allah dan Rasul-Nya telah melarang penjualan anggur, karkas, babi dan berhala (HR. Muslim).

Karyawan

Masyarakat Islam diperlukan untuk mengetahui apakah perusahaan ditangani secara adil dengan para karyawan melalui informasi seperti upah, sifat pekerjaan, jam kerja per hari, cuti kesehatan, tahunan dan kesejahteraan, kebijakan mengenai agama hal-hal seperti waktu shalat dan tempat, pendidikan dan dukungan pelatihan kepada karyawan, kesempatan yang sama dan lingkungan kerja. Perusahaan diharapkan memberi keadilan kepada karyawan mereka sebagaimana tercantum dalam Hadis: “Dengan mengambil pekerjaan dari seseorang tanpa membayar upahnya yang sah, hal ini seperti memaksa orang menjadi budak untuk menghasilkan barang dari pekerjaannya, karena, ketika ia telah mendapat manfaat tanpa memberikan kompensasi, dia dibeli buruh tetapi seolah-olah telah menganggapnya sebagai seorang budak yang telah ia beli (Bukhari).

Masyarakat

Kebutuhan umat atau masyarakat luas dapat dicapai melalui sadaqah (amal), wakaf (*trust*) dan *qard hassan* (pinjaman dengan tidak ada keuntungan) (Haniffa, 2002). Perusahaan-perusahaan harus mengungkapkan perannya dalam

meningkatkan ekonomi pembangunan dan mengatasi masalah sosial misalnya, perumahan, melek huruf, beasiswa, dll dari masyarakat di mana mereka beroperasi (Maali et al., 2006). Sebagaimana dinyatakan dalam Al-Qur'an:

إِنْ تُبْدُوا الصَّدَقَاتِ فَنِعِمَّا هِيَ وَإِنْ تُخْفُوهَا وَتُؤْتُوهَا الْفُقَرَاءَ فَهُوَ خَيْرٌ لَكُمْ وَيُكَفِّرُ
عَنْكُمْ مِنْ سَيِّئَاتِكُمْ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴿٢٧١﴾

“Jika kamu menampakkan sedekahmu, maka itu adalah baik sekali. Dan jika kamu menyembunyikannya dan kamu berikan kepada orang-orang fakir, maka itu lebih baik bagimu” (QS. Al-Baqarah:271).

Lingkungan

Korporasi tidak seharusnya terlibat dalam setiap jenis kegiatan yang mungkin merusak atau membahayakan lingkungan. Dengan demikian, informasi yang terkait dengan penggunaan sumber daya dan program dilakukan untuk melindungi lingkungan harus diungkapkan. Qur'an dan Hadis melarang eksploitasi lingkungan:

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ
يَرْجِعُونَ ﴿٤١﴾

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. Al-Ruum: 41).

Tata Kelola Perusahaan

Perusahaan harus mengungkapkan semua kegiatan terlarang seperti praktek monopoli, penimbunan barang yang diperlukan, manipulasi harga, perjudian,

permainan dan segala jenis kegiatan yang melanggar hukum (Sulaiman, 2005).

Tugas ini ditekankan dalam Qur'an:

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْمُونَ ﴿٤٢﴾

“dan bukan kebenaran dengan kepalsuan, atau menyembunyikan kebenaran ketika Anda tahu”. (QS. Al-Baqarah:42).

Perbankan di Indonesia

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang mempunyai peranan penting di dalam perekonomian suatu negara sebagai lembaga perantara keuangan. Bank dalam Pasal 1 ayat (2) UU No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lain dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Jenis bank di Indonesia dibedakan menjadi dua jenis bank, yang dibedakan berdasarkan pembayaran bunga atau bagi hasil usaha bank yang melakukan usaha secara konvensional dan bank yang melakukan usaha secara syariah.

Hal mendasar yang membedakan antara lembaga keuangan konvensional dengan syariah adalah terletak pada pembagian keuntungan yang diberikan oleh nasabah kepada lembaga keuangan dan sebaliknya pembagian keuntungan yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada nasabah. Kegiatan operasional bank syariah menggunakan prinsip bagi hasil (*profit and loss sharing*). sedangkan bank konvensional menggunakan bunga dalam operasi dan berprinsip meraih untung sebesar-besarnya (Nuryati dan Gumilar, 2010). Bank syariah tidak menggunakan

bunga sebagai alat untuk memperoleh pendapatan maupun membebaskan bunga atas penggunaan dana dan pinjaman karena bunga merupakan riba yang diharamkan. Sebagai salah satu lembaga keuangan, bank perlu menjaga kinerjanya agar dapat beroperasi secara optimal. Terlebih lagi bank syariah harus bersaing dengan bank konvensional yang dominan dan telah berkembang pesat di Indonesia.

Bank Syariah

Dalam pasal 1 UU No 21 tahun 2008 tentang perbankan dijelaskan mengenai pengertian dari perbankan syariah itu sendiri yaitu : “Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya” (pasal 1 ayat 1 UU no 21 tahun 2008). Dalam kegiatannya bank syariah sama seperti bank pada umumnya, yaitu menjalankan fungsi sebuah bank sebagai lembaga mediasi keuangan untuk menghimpun dan menyalurkan dana.

Selanjutnya dalam menjalankan operasinya haruslah sesuai dengan prinsip syariah, hal ini dituangkan dalam pasal 12 UU no 21 tahun 2008 yaitu “Prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.

Menurut Pasal 2 UU 21 Tahun 2008, perbankan syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip

kehati-hatian. Kegiatan usaha yang berasaskan prinsip syariah, antara lain kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur:

Riba, yaitu penambahan pendapatan secara tidak sah antara lain dalam transaksi pertukaran barang sejenis yang tidak sama kualitas, kuantitas, dan waktu penyerahan (*fadhli*), atau dalam transaksi pinjam meminjam yang mempersyaratkan nasabah penerima fasilitas mengembalikan dana yang diterima melebihi pokok pinjaman karena berjalannya waktu (*nasi'ah*).

Maisir, yaitu transaksi yang digantungkan kepada suatu keadaan yang tidak pasti dan bersifat untung-untungan.

Gharar, yaitu transaksi yang objeknya tidak jelas, tidak memiliki, tidak diketahui keberadaanya, atau tidak dapat diserahkan pada saat transaksi dilakukan, kecuali diatur lain dalam syariah.

Haram, yaitu transaksi yang objeknya dilarang dalam syariah.

Zalim, yaitu transaksi yang menimbulkan ketidakadilan bagi pihak lainnya.

Prinsip yang kedua adalah prinsip demokrasi ekonomi yaitu kegiatan ekonomi syariah yang mengandung nilai keadilan, kebersamaan, pemerataan, dan kemanfaatan. Selanjutnya prinsip kehati-hatian adalah pedoman pengelolaan bank yang wajib dianut guna mewujudkan perbankan yang sehat, kuat, dan efisien, sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Pasal 1 UU No. 10 tahun 1998 menyebutkan prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan

berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musharakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).

Bank Konvensional

Bank konvensional dapat didefinisikan seperti pada pengertian bank umum pada pasal 1 ayat 3 Undang-Undang No. 10 tahun 1998 dengan menghilangkan kalimat “dan atau berdasarkan prinsip syariah”, yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank umum memiliki kegiatan pemberian jasa yang paling lengkap dan dapat beroperasi di seluruh wilayah Indonesia (Kasmir, 2004). (Anggraini, 2012) dalam penelitiannya menyebutkan, untuk menentukan harga dan mencari keuntungan, bank yang berdasarkan prinsip konvensional menggunakan dua metode, yaitu:

Menetapkan bunga sebagai harga untuk produk simpanan seperti giro, tabungan, maupun deposito. Demikian pula untuk produk pinjamannya (kredit) juga ditentukan berdasarkan tingkat suku bunga tertentu. Penentuan harga ini dikenal dengan istilah *Spread Based*.

Untuk jasa-jasa bank lainnya, pihak perbankan menerapkan berbagai biaya-biaya dalam nominal atau prosentase tertentu. System pengenaan biaya ini dikenal dengan istilah *Fee Based*.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan uraian teori-teori diatas menunjukkan bahwa di antara berbagai *reporting standards*, *GRI G3 Sustainability Reporting Guidelines* adalah standar pelaporan yang diterima secara umum dan paling banyak digunakan oleh perusahaan finansial dan non finansial di dunia dalam praktik pengungkapan CSR. Penelitian empiris juga memperlihatkan bahwa terjadi peningkatan pengungkapan sosial dalam laporan keuangan tahunan perusahaan Indonesia (Hartanti, 2003). Dan semakin banyaknya perusahaan di Indonesia yang mempergunakan standar *Global Reporting Initiative* dalam melakukan pelaporan CSR (Darwin, 2007). Padahal sejalan dengan makin meningkatnya pelaksanaan CSR pada perbankan dalam konteks Islam yaitu perbankan syariah, makin meningkat pula keinginan untuk membuat pelaporan sosial yang bersifat syariah (*Islamic Social Reporting* atau ISR). Sehingga hipotesis yang dapat dimunculkan dalam penelitian ini adalah:

H1: Pengungkapan CSR di bank syariah dengan menggunakan indeks GRI lebih baik dibandingkan pengungkapan CSR di bank konvensional.

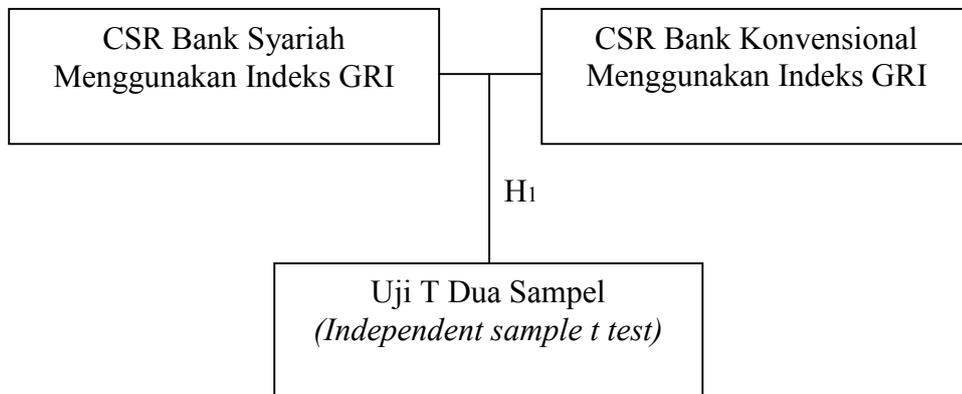
H2: Pengungkapan CSR di bank syariah dengan menggunakan indeks ISR lebih baik dibandingkan pengungkapan dengan menggunakan indeks GRI.

2.4 Kerangka Konseptual

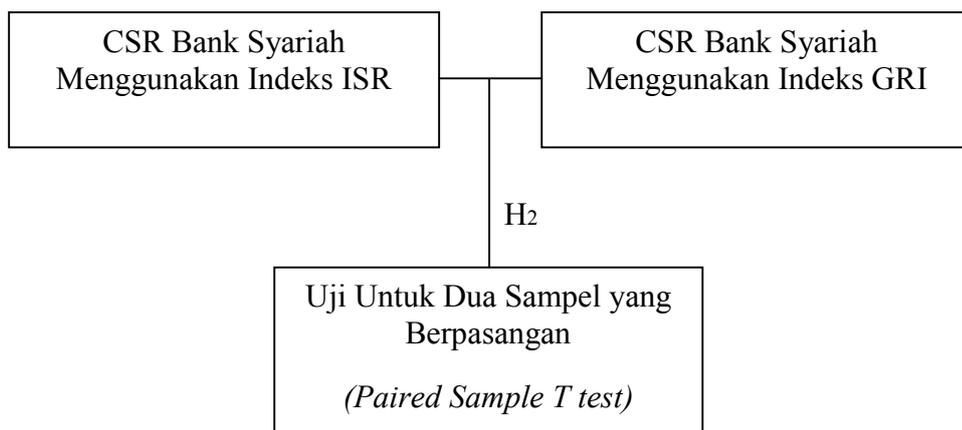
CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar dan sosial. Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya

tempat perusahaan beroperasi. Hal ini sejalan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan perusahaan dalam kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan (Lindblom, 1994, dalam Haniffa et al, 2005). Pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis (Guthrie dan Parker, 1990).

Berikut disajikan kerangka konseptual yang dituangkan dalam model penelitian pada gambar berikut. Kerangka konseptual pada gambar 1.1 menunjukkan Perbandingan dalam pengungkapan CSR pada bank konvensional dan syariah menggunakan Indeks GRI dibandingkan dengan menggunakan *Independent Sample T Test*. dan pada gambar 1.2 pengungkapan CSR pada bank syariah menggunakan Indeks GRI dibandingkan dengan Indeks ISR dengan menggunakan *Paired Sample T Test*.



Gambar 2.1



Gambar 2.2

Kerangka Konseptual