

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pembicaraan global mengenai *Corporate Social Responsibility* serta praktek CSR perusahaan kini mengalami peningkatan sehingga menjadikan sebagai ukuran dalam penilaian keberhasilan di suatu perusahaan (Puspitasari:2017). Dalam bisnis dunia internasional maupun bisnis di Indonesia CSR merupakan wacana yang semakin umum, dimana fenomena ini dipicu oleh semakin mengglobalnya tren mengenai praktek CSR dalam bisnis. Di pasar modal Indonesia, praktek CSR terlihat dengan adanya penerapan indeks yang memasukkan kategori saham-saham perusahaan yang telah mempraktikkan CSR.

Di Indonesia perkembangan praktek dan pengungkapan CSR didukung oleh pemerintah dengan mengeluarkan regulasi terhadap kewajiban praktek dan pengungkapan CSR yaitu dengan adanya Undang-undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 pasal 66 dan 74. Pasal 66 ayat (2) menyebutkan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga wajib melaporkan pelaksanaan tanggungjawab sosial dan lingkungan. Pasal 74 menjelaskan kewajiban untuk melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan bagi perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam. Kewajiban pelaksanaan CSR juga diatur dalam Undang-undang Penanaman Modal No. 25 tahun 2007 pasal 15 bagian b, pasal 17, dan pasal 34 yang mengatur setiap penanaman modal wajib untuk turut serta dalam tanggungjawab sosial perusahaan.

Social responsibility memiliki manfaat secara emosional maupun ekonomi. Biaya sosial yang dikeluarkan perusahaan bermanfaat untuk meningkatkan kinerja sosial yaitu meningkatkan legitimasi dan mengurangi komplain *stakeholder*. Biaya sosial juga dapat meningkatkan *image* di pasar komoditas maupun pasar modal. Walaupun *social responsibility* memiliki manfaat sosial dan ekonomi, namun perusahaan memandang secara berbeda. Perbedaan

persepsi tersebut berada secara diametral yaitu terdapat perusahaan yang memandang *social responsibility* bukan merupakan kewajiban mereka, bahkan memiliki biaya yang relatif besar yang mengganggu profitabilitas perusahaan. Namun, terdapat kelompok pelaku bisnis yang menganggap bahwa *social responsibility* merupakan investasi jangka panjang dan bermanfaat dalam meningkatkan *image* dan legitimasi sehingga dapat dijadikan sebagai basis konstruksi strategi perusahaan.

Wibisono (2007) memetakan cara pandang perusahaan terhadap pelaksanaan CSR ke dalam tiga persepsi. Pertama, perusahaan melakukan tanggung jawab sosial sekedar basa-basi dan keterpaksaan. Artinya perusahaan melakukan tanggung jawab sosial lebih karena mematuhi anjuran peraturan dan perundangan, maupun tekanan eksternal (*external driven*). Selain itu, perusahaan melakukan tanggung jawab juga untuk membangun *image* positif, sehingga tanggung jawab sosial bersifat jangka pendek, karitatif, dan insidental. Contoh riil adalah pelaksanaan bantuan saat bencana alam, dimaksudkan untuk meningkatkan simpati terhadap perusahaan. Kegiatan tersebut tidak sampai pada mendorong penguatan kehidupan masyarakat pasca bencana.

Kedua, CSR dilakukan perusahaan dalam rangka memenuhi kewajiban (*compliance*). Tanggung jawab sosial dilakukan atas dasar anjuran regulasi yang harus dipatuhi, seperti Undang-undang No.40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas, keputusan Menteri BUMN Nomor KEP04/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, peraturan *Stock Exchange Comission*, dan sejenisnya. Contoh riil adalah (1) perusahaan BUMN harus menyisihkan sampai 2% laba bersih untuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan; (2) pengusaha-pengusaha Amerika Serikat semakin selektif terhadap produk *furniture* Indonesia, yang harus menerapkan *ecolabeling* suatu bukti bahwa kayunya diambil dengan tidak melanggar peraturan lingkungan. Dampak adanya peraturan dan perundangan tersebut harus mematuhi dan melaksanakan CSR supaya mereka dapat diterima oleh lingkungan. Ketiga, perusahaan melakukan CSR bukan hanya sekedar *compliance* namun *beyond compliance*. CSR didudukkan sebagai bagian dari aktivitas perusahaan. *Social responsibility* tumbuh secara internal (*internal*

driven). Sikap terbuka dalam memandang tanggung jawab sosial telah masuk dalam berbagai ranah. Tanggung jawab perusahaan tidak hanya diukur dari *economic measurement*, namun juga sebagai upaya mematuhi peraturan dan perundangan, dan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan.

Menurut Triyuwono (2007), *Enterprise theory* mampu mewedahi kemajemukan masyarakat (*stakeholders*), hal yang tidak mampu dilakukan oleh *proprietary theory* dan *entity theory*. Hal ini karena konsep *enterprise theory* menunjukkan bahwa kekuasaan ekonomi tidak lagi berada di satu tangan (*shareholders*), melainkan berada pada banyak tangan, yaitu *stakeholders*. Oleh karena itu, *enterprise theory* ini lebih tepat untuk suatu sistem ekonomi yang mendasarkan diri pada nilai-nilai syariah.

Perbankan syariah merupakan salah satu institusi yang turut berperan dalam pengungkapan dan pengimplementasian tanggung jawab sosial di dunia bisnis dan posisinya sebagai lembaga keuangan yang sudah diakui keberadaannya ditingkat nasional maupun internasional harus menjadi lembaga keuangan percontohan dalam mengerakkan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* (Samsiyah, 2013:47). Tujuan akhir ekonomi Islam adalah sebagaimana tujuan dari syariat Islam itu sendiri (*maqashid asy syari'ah*), yaitu mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat (*falah*) melalui suatu tata kehidupan yang baik dan terhormat (*hayyah thayyibah*). Dalam konteks ekonomi, tujuan *falah* yang ingin dicapai oleh ekonomi Islam meliputi aspek mikro ataupun makro, mencakup horizon waktu dunia ataupun akhirat. Salah satu jenis bank yang memainkan peranan penting dalam pengungkapan CSR adalah bank syariah.

Di dalam Al-Qur'an istilah tanggung jawab sosial atau CSR sering diungkapkane seperti dalam firman Allah Qs. Al-Baqarah: 205, "Dan apabila ia berpaling (dari kamu), ia berjalan di bumi untuk melakukan kerusakan padanya, dan merusak tanaman-tanaman dan binatang ternak, dan Allah tidak menyukai kebinasaan". Juga dalam Qs. Al-A'raaf 56 yang artinya, "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”.Firman Allah tersebut menegaskan bagaimana Islam sangat memperhatikan kelestarian alam dan melarang segala bentuk kerusakan di muka bumi. Kegiatan apapun yang kita jalankan harus menjamin kelestarian alam. Dalam Al-Qur’an Allah juga memerintahkan untuk menafkahkan sebagian harta yang kita peroleh untuk orang lain, yang artinya Islam adalah agama yang sangat memperhatikan nilai-nilai sosial.

Islam menawarkan sebuah aturan yang komprehensif mengenai *transparency* dan pertanggungjawaban dari sebuah entitas yang merupakan bagian tak terpisahkan dari *social community*, dimana sebuah entitas tidak hanya dituntut untuk melakukan pertanggungjawaban kepada *shareholder* (pemegang saham), pemerintah, kreditor dan masyarakat saja tetapi yang lebih utama adalah adanya sebuah kewajiban untuk melakukan pertanggungjawaban di hadapan Allah. Bank syariah sebagai sebuah entitas bisnis yang berkomitmen untuk menjalankan segala transaksi bisnisnya sesuai dengan nilai-nilai syariah seharusnya mampu mengaplikasikan pertanggungjawaban secara menyeluruh ini.

Bank syariah sebagai sebuah entitas harus mengedepankan adanya keterbukaan, kejujuran, keadilan dan kewajaran. Peran sosial bank syariah dan tuntutan terhadap pertanggungjawaban menyeluruh kepada Allah, manusia dan alam semesta ini merupakan alasan pentingnya pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan (selanjutnya dalam penelitian ini disebut *Corporate Social Responsibility*) sebagai komponen dalam laporan keuangan bank syariah, yang diderivasi dari nilai-nilai Islam. Menurut Meutia (2010), teori yang paling tepat untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan, dalam hal ini bank syariah, adalah *Shariah Enterprise Theory* (SET). Hal ini karena dalam *shariah enterprise theory*, Allah adalah sumber amanah utama. Sedangkan sumber daya yang dimiliki oleh para *stakeholders* adalah amanah dari Allah yang di dalamnya melekat sebuah tanggung jawab untuk menggunakan dengan cara dan tujuan yang ditetapkan oleh Sang Maha Pemberi Amanah.

Salah satu lembaga bank syariah yang ada di Indonesia adalah Bank Syariah Mandiri (BSM). BSM adalah lembaga keuangan yang menerapkan prinsip bagi hasil dalam menjalankan perannya sebagai lembaga intermediasi

keuangan, yaitu lembaga yang memiliki peran sebagai penghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali ke masyarakat. Dana CSR Bank Syariah Mandiri pada 2016 mencapai Rp 26 miliar. Dana di zakat perusahaan, infak nasabah, dan *qardul hasan* ini sebagian besarnya digunakan program rumah ibadah dan beasiswa. Direktur Utama BSM Agus Sudiarto menjelaskan, CSR BSM untuk tahun buku 2016 mencapai Rp 26 miliar yang bersumber dari 2,5 persen zakat laba perusahaan, infak nasabah, dan pendapatan yang harus ditempatkan dalam *qardulhasan*. Zakat dari laba BSM pada 2016 sendiri sebesar Rp 11 miliar. (Republika.co.id). Pernyataan tersebut merupakan bentuk bukti dari program CSR, bahwasanya Bank Syariah Mandiri telah berkomitmen untuk memberikan kucuran dananya untuk kegiatan masyarakat yang bermanfaat.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Analisis Corporate Social Responsibility (CSR) Menggunakan Perspektif Shariah Enterprise Theory pada Bank Syariah Mandiri Periode 2013-2016”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah informasi yang terkait dengan CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada Bank Syariah Mandiri telah sesuai dengan akuntabilitas vertikal dan horizontal?
2. Apakah informasi yang terkait dengan CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada Bank Syariah Mandiri telah sesuai dengan kebutuhan material dan spiritual seluruh *stakeholders*?
3. Apakah informasi yang terkait dengan CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada Bank Syariah Mandiri telah sesuai dengan informasi kualitatif dan kuantitatif?
4. Apakah informasi yang terkait dengan CSR (*Corporate Social Responsibility*) pada Bank Syariah Mandiri telah sesuai dengan prinsip *masalah*?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah penelitian tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah menganalisis CSR dalam laporan tahunan Bank Syariah Mandiri periode 2013-2016 dengan menggunakan *perspektif Shariah Enterprise Theory*:

1. Menganalisis kesesuaian CSR dengan akuntabilitas vertikal dan horizontal.
2. Menganalisis kesesuaian CSR dengan kebutuhan material dan spiritual seluruh *stakeholders*.
3. Menganalisis kesesuaian CSR dengan informasi kualitatif dan kuantitatif.
4. Menganalisis kesesuaian CSR dengan prinsip *masalah*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi pengembangan ilmu akuntansi syariah, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan di bidang perbankan syariah mengenai tanggung jawab perusahaan (CSR) berdasarkan *Shariah Enterprise Theory*.
2. Bagi praktisi khususnya Bank Syariah Mandiri, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dalam pengembangan praktik pengungkapan CSR pada bank syariah.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan referensi untuk melakukan penelitian yang sejenis mengenai tanggung jawab perusahaan (CSR) pada bank syariah.
4. Bagi masyarakat luas, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman dan pengetahuan mengenai ekonomi syariah, khususnya mengenai CSR pada laporan tahunan bank syariah.