

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Review Hasil Penelitian Terdahulu

Surnarsih (2017) dalam jurnal yang berjudul “Determinant of The Corporate Social Responsibility Disclosure”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya kepemilikan institusional yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Ini menunjukkan bahwa struktur kepemilikan institusional dapat bertindak dalam memonitor perusahaan. Dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap CSR, karena tidak berhasil memonitor tindakan manajemen puncak. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, dimungkinkan perusahaan memiliki dua cara pandang terhadap CSR. yaitu sebagian perusahaan memandang CSR sebagai pengurang laba dan sebagian ada yang berpendapat sebaliknya. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR sehingga dapat disimpulkan bahwa besar kecilnya size tidak mempengaruhi luas pengungkapan CSR.

Rahman dan Bukair (2013) dalam jurnal yang berjudul “ *The Influence Of The Shariah Supervision Board On Corporate Social Responsibility Disclosure By Islamic Banks Of Gulf Co-Operation Council Countries*”. Dengan menggunakan analisis regresi berganda dan akuntansi untuk ukuran kinerja keuangan dan kinerja ekonomi, penemuan menunjukkan bahwa kombinasi dari dewan pengawas syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR. Ini berarti karakteristik dewan pengawas syariah merupakan faktor penting dalam menentukan tingkat pengungkapan CSR.

Ramadhani (2016) dalam judul yang berjudul “*Pengaruh Profitabilitas Leverage dan ukuran dewan pengawas Syariah dalam Islmaic Social Reporting*” Hasil penelitian ini menunjukkan: (1) ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Islamic Reporting dengan nilai

signifikansi 0,000, (2) leverage berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Islamic Reporting dengan nilai signifikansi 0,002, (3) Ukuran dewan pengawas syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan Pelaporan Sosial Islam dengan nilai signifikansi 0,006, (4) namun profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Pelaporan Sosial Islam. Besarnya efek (R^2) ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage dan ukuran dewan pengawas syariah terhadap pengungkapan Pelaporan Sosial Islam adalah 67,8% sedangkan sisanya 32,2% dipengaruhi oleh variabel independen lainnya yang tidak diamati dalam hal ini.

Novarela dan Sari (2015) Penelitian ini bertujuan untuk menangkap pelaporan corporate social responsibility (CSR) di bank syariah di Indonesia dalam teori perusahaan syariah (SET). Item pengungkapan SET yang diadopsi dari Meutia (2009) yang ditunjukkan oleh dua dimensi akuntabilitas, yaitu akuntabilitas vertikal yang ditujukan kepada Allah swt, dan akuntabilitas horizontal yang ditujukan kepada tiga pihak yaitu pemangku kepentingan langsung (karyawan dan pelanggan), pemangku kepentingan tidak langsung (masyarakat), dan alam semesta. Data diambil dari laporan tahunan 2013, diproses dan dianalisis dengan analisis isi. Studi tersebut menemukan bahwa Bank Muamalat Indonesia merupakan pengungkapan CSR tertinggi dari sepuluh bank syariah. Untuk setiap detail SET, masing-masing bank menunjukkan hasil yang berbeda. Semua bank menaikkan nilai maksimum untuk akuntabilitas vertikal untuk pengungkapan yang sangat tinggi.

Khoirudin (2013) Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan Islamic social reporting pada perbankan syariah di Indonesia. Sedangkan ukuran dewan pengawas syariah tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan Islamic social reporting pada perbankan syariah di Indonesia. Kurnianingsih (2013) Hasil pengujian menemukan bahwa Profitabilitas (ROA) dan Size perusahaan (Ln of total asset) baik secara parsial maupun simultan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI. Hal ini dibuktikan pula dari hasil

koefisien determinan R square hanya sebesar 0.8% menunjukkan rendahnya kemampuan variabel terikat dalam menjelaskan variabel bebas, artinya variabel lain yang tidak diteliti Persentase pengaruh ROA dan Ln of total asset terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI adalah lebih dominan dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini sebesar 99.2%.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Corporate Social Responsibility

2.2.1.1 Pengertian Corporate Social Responsibility

Definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah banyak dikemukakan oleh pakar, ahli, praktisi, dan lembaga. Beberapa pakar seperti Magnan dan Farel (2004) dalam Gustani (2013) mendefinisikan CSR sebagai “*A business acts in socially responsible manner when its decision and account for and balance diverse stake holder interest*”. Definisi ini menekankan kepada perlunya memberikan perhatian secara seimbang terhadap kepentingan berbagai stakeholder yang beragam dalam setiap keputusan dan tindakan yang diambil oleh para pelaku bisnis melalui perilaku yang secara sosial bertanggungjawab.

Pengungkapan CSR di Indonesia dinyatakan dengan tegas dalam Undang-Undang Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas, menyatakan:

Pengaturan tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut dimaksudkan untuk:

1. Meningkatkan kesadaran Perseroan terhadap pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan di Indonesia;
2. Memenuhi perkembangan kebutuhan hukum dalam masyarakat mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan;
3. Memperkuat pengaturan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan sesuai dengan bidang kegiatan usaha Perseroan yang bersangkutan.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, dalam Peraturan Pemerintah ini diatur mengenai:

1. Tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh Perseroan dalam menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang.
2. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dilakukan di dalam ataupun di luar lingkungan Perseroan.
3. Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan berdasarkan rencana kerja tahunan yang memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaannya.
4. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan disusun dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
5. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan wajib dimuat dalam laporan tahunan Perseroan untuk dipertanggungjawabkan kepada RUPS.
6. Penegasan pengaturan pengenaan sanksi Perseroan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
7. Perseroan yang telah berperan dan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat diberikan penghargaan oleh instansi yang berwenang.

Dari beberapa pengertian mengenai CSR dapat ditarik kesimpulan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah suatu tindakan yang bersifat suka rela ataupun telah diatur oleh undang-undang yang menunjukkan sifat kepedulian perusahaan atau lembaga kepada karyawan, masyarakat sekitar perusahaan, masyarakat luas, lingkungan sekitar perusahaan, maupun lingkungan luas sebagai bentuk komitmen tanggung jawab secara berkelanjutan sebagai dampak kegiatan perusahaan yang telah dilakukannya

2.2.1.2 Pengertian *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Pada perusahaan, *disclosure* atau pelaporan merupakan konsekuensi atas aktivitas yang telah dilakukan. Hal ini juga berlaku pada aktivitas CSR. Setiap aktivitas CSR harus diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunannya

(*annual report*) atau dalam media lainnya, seperti web perusahaan. Aktivitas pelaporan ini disebut *CSR Disclosure* (CSRD). Muetia (2010) menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRD) merupakan suatu cara bagi perusahaan untuk mengkomunikasikan kepada para *stakeholders* bahwa perusahaan memberikan perhatian pada pengaruh sosial dan lingkungan yang ditimbulkan perusahaan. Pengungkapan ini bertujuan untuk memperlihatkan aktivitas yang dilakukan perusahaan dan pengaruhnya bagi masyarakat.

Sadia Majeed, et al (2015) menyatakan bahwa adanya pengaruh corporate governance yang diproksikan dengan ukuran direksi, konsentrasi kepemilikan, dan ukuran perusahaan terhadap corporate social responsibility disclosure. Namun umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Dan mekanisme tata kelola perusahaan lainnya seperti kualitas audit, struktur dewan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Serta diharapkan juga perusahaan dapat meningkatkan nilai saham dan profitabilitas untuk dapat meningkatkan reputasi guna memberikan daya tarik bagi investor. Murya Habbash (2016) yang menyatakan bahwa kepemilikan keluarga dan pemerintah, ukuran perusahaan dan umur perusahaan dapat menjadi faktor dalam menentukan CSRD. Sedangkan jenis industri bukanlah faktor penentu dalam menentukan CSRD.

Dari Pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa CSRD adalah komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada para *stakeholders* mengenai CSR yang telah mereka lakukan dan pengungkapan dalam perspektif akuntansi memuat bagian-bagian dari laporan keuangan yang harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktifitas usaha perusahaan kepada pengguna laporan keuangan.

2.2.1.3 Tripple Bottom Line

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip yang dikenal dengan triple bottom lines oleh Elkington (Amalia, 2007 dalam Untari, 2016):

1. Profit. Profit merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang. Aktivitas yang dapat ditempuh untuk mendongkrak profit antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya, sehingga perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah semaksimal mungkin.
2. People. Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Menyadari bahwa masyarakat sekitar perusahaan merupakan salah satu stakeholder penting bagi perusahaan, karena dukungan masyarakat sekitar sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan. Maka sebagai bagian yang tak terpisahkan dengan masyarakat lingkungan, perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat. Misalnya, pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, serta penguatan kapasitas ekonomi lokal.
3. Planet. Hubungan perusahaan dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, dimana jika perusahaan merawat lingkungan maka lingkungan akan memberikan manfaat kepada perusahaan. Sudah kewajiban perusahaan untuk peduli terhadap lingkungan hidup dan berkelanjutan keragaman hayati. Misalnya, penghijauan lingkungan hidup, perbaikan pemukiman, serta pengembangan pariwisata (ekoturisme).

2.2.1.4 Manfaat Corporate Sosial Responsibility

Dalam artikel yang berjudul *Corporate Social Responsibility and Resource-Based Perspectives*, Branco dan Rodrigues (2008) membagi dua manfaat CSR bila dikaitkan dengan keunggulan kompetitif dari sebuah perusahaan, yaitu dari sisi internal dan eksternal. Dari sisi internal, manfaat itu meliputi (Mursitama, dalam Rohmatullah (2015):

1. Pengembangan aktivitas yang berkaitan dengan sumber daya manusia. Untuk itu dibutuhkan praktik-praktik ketenagakerjaan yang bertanggung jawab secara sosial.
2. Adanya pencegahan polusi dan reorganisasi pengelolaan proses produksi dan aliran bahan baku, serta hubungan dengan *supplier* berjalan dengan baik. Muaranya adalah peningkatan performa lingkungan perusahaan.
3. Menciptakan budaya perusahaan, kapabilitas sumber daya manusia, dan organisasi yang baik.
4. Kinerja keuangan perusahaan, terutama harga saham bagi perusahaan yang telah *go public*, menjadi lebih baik.

Sementara itu manfaat eksternal yang dapat diperoleh perusahaan dari penerapan CSR sebagai berikut menurut Mursitama, dalam Rohmatullah (2015):

1. Penerapan CSR akan meningkatkan reputasi perusahaan sebagai badan yang mengemban dengan baik pertanggungjawaban secara sosial.
2. CSR merupakan satu bentuk diferensiasi produk yang baik. Artinya, sebuah produk yang memenuhi persyaratan-persyaratan ramah lingkungan dan merupakan hasil dari perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial.
3. Melaksanakan CSR dan membuka kegiatan CSR secara public merupakan instrumen untuk komunikasi yang baik dengan khalayak.

2.2.2 Teori Tentang Corporate Sosial Responsibility

2.2.2.1 Agency Theory

Agency theory (teori keagenan) menjelaskan tentang hubungan antara dua pihak dimana salah satu pihak menjadi agen dan pihak yang lain bertindak sebagai prinsipal (Mansur 2012). Teori ini menyatakan bahwa hubungan keagenan timbul ketika salah satu pihak (prinsipal) menyewa pihak lain (agen) untuk melakukan beberapa jasa untuk kepentingannya yang melibatkan pendelegasian beberapa otoritas pembuatan keputusan kepada agen (Jensen, Mecking, dan Saleh dalam Mansur 2012). Yang dimaksud dengan prinsipal adalah pemegang saham atau

investor, sedangkan yang dimaksud agen adalah manajemen yang mengelola perusahaan.

Jensen, Meckling, dan Saleh dalam Mansur (2012) menjelaskan adanya konflik kepentingan dalam hubungan keagenan. Konflik kepentingan ini terjadi dikarenakan perbedaan tujuan dari masing-masing pihak. Adanya perbedaan tujuan antara prinsipal dan agen serta adanya pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian perusahaan akan menyebabkan manajer bertindak tidak sesuai dengan keinginan prinsipal. Akibatnya, manajer akan mengambil tindakan yang dapat memperbaiki kesejahteraannya sendiri tanpa memikirkan kepentingan pemegang saham. Menurut Nugroho (2011), kondisi ini terjadi karena asimetri informasi ketika manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan pemegang saham dan *stakeholders* lainnya. Dikaitkan dengan peningkatan nilai perusahaan, ketika terdapat asimetri informasi, manajer dapat memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada investor guna memaksimalkan nilai saham perusahaan. Sinyal yang diberikan dapat dilakukan melalui pengungkapan (*disclosure*) informasi akuntansi.

Berdasarkan teori agensi, pemimpin perusahaan memiliki pandangan bahwa mereka tidak memiliki tanggung jawab sosial kepada masyarakat secara luas. menurut Friedman, Kartini dalam Mansur (2012), tanggung jawab sosial perusahaan hanyalah menjalankan bisnis sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan, yakni memaksimalkan laba. Pada saat yang sama, agen juga harus menjaga hubungan baik dengan pemasok dan pelanggan. Semua hubungan baik tersebut dikembangkan oleh agen dalam rangka mengupayakan terciptanya maksimasi laba (Friedman, Kartini dalam Mansur, 2012). Dengan demikian perusahaan menggunakan retorika *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai salah satu strategi dalam memaksimalkan laba.

2.2.2.2 Legitimasi Theory

(Khoirudin 2013) Teori legitimasi adalah salah satu teori yang mendasari pengungkapan CSR. Teori legitimasi dapat digunakan untuk menjelaskan keterkaitan antara struktur good corporate governance, dalam hal ini adalah dewan

komisaris dan dewan pengawas syariah dengan pengungkapan CSR perbankan syariah. Dewan komisaris dan dewan pengawas syariah dapat mendorong manajemen, selaku pelaksana operasi perusahaan untuk mengungkapkan CSR agar regulasi dari BI terpenuhi serta menjalankan fungsi bank syariah yang turut mengupayakan kesejahteraan ekonomi bagi masyarakat.

Meutia (2010) menjelaskan legitimasi adalah menyamakan persepsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai kepercayaan, dan definisi yang dikembangkan secara sosial. Untuk mencapai tujuan ini organisasi berusaha untuk mengembangkan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang dihubungkan dengan kegiatannya dan norma-norma dari perilaku yang diterima dalam sistem sosial yang lebih besar dimana organisasi itu berada serta menjadi bagiannya. Legitimasi penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan (Ghozali dan Chariri, 2007 dalam Untari, 2016).

(Khoirudin 2013) Penggunaan teori legitimasi dalam penelitian ini memiliki implikasi bahwa program CSR dilakukan perusahaan dengan harapan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Ini berarti apabila perusahaan mendapatkan legitimasi dari masyarakat, maka perusahaan dapat terus bertahan dan berkembang di tengah-tengah masyarakat serta mendapatkan keuntungan pada masa datang.

2.2.2.3 Stakeholder

Definisi *stakeholders* menurut Gray *et al.* (2001) dalam Untari (2016) adalah pihak-pihak yang berkepentingan pada perusahaan dan dapat mempengaruhi aktivitas perusahaan. Para *stakeholders* yang dimaksud antara lain adalah masyarakat, karyawan, pemerintah, *supplier* dan lain-lain.

Keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh para *stakeholders* kepada perusahaan tersebut (Luthfia, 2012). Dukungan tersebut harus dicari sehingga perusahaan aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Aktivitas perusahaan dianggap sebagai

dukungan besar dari para *stakeholders*. Karena para *stakeholders* banyak yang beranggapan bahwa aktivitas perusahaan harus berjalan dengan baik (sehat), terutama dalam perbankan syariah. *Stakeholders* khususnya yang beragama Islam tentu menginginkan perusahaan dapat menjalankan usaha dan segala aktivitasnya dengan baik dan sesuai dengan prinsip Islam.

Contoh dari teori *stakeholders* adalah mengenai peran serta pengaruh perusahaan di mata masyarakat luas. Berbagai kelompok sosial dan lingkungan mulai mempertanyakan bagaimana perilaku perusahaan, apakah sudah melakukan aktivitas yang dinilai sudah cukup baik memberikan pengaruh positif untuk masyarakat luas. Pentingnya pembentukan karakter perusahaan di depan seluruh pemangku kepentingan membuat perusahaan harus mampu mempertimbangkan unsur lingkungan dan sosial yang menjadi unsur eksternal dari perusahaan (Haryani, 2015). Oleh karena itu, perusahaan wajib peduli terhadap lingkungan dan sosial dengan melakukan praktek tanggung jawab sosial atau sering disebut *corporate social responsibility*.

2.2.3 *Syariah Enterprise Theory*

Wacana mengenai akuntansi syari'ah yang sampai saat ini terus berkembang ke arah pengkayaan teori. Dua arus utama pemikiran dalam akuntansi syari'ah telah sampai pada pemikiran diametris antara *Syariah Enterprise Theory* (SET) (Triyuwono 2006a, 345-56; cf. Baydoun & Willett 1994; 2000) dan *Entity Theory* (ET) (Widodo dkk. 1999; AAOIFI 1998; As'usi & Triyuwono 2001; IAI 2002). SET, yang dibangun berdasarkan metafora amanah dan metafora zakat, lebih menghendaki keseimbangan antara sifat egoistik dan altruistik dibanding ET. Sementara ET lebih mengedepankan sifat egoistiknya daripada sifat altruistik. Samsiyah, Sambharakresna dan Kompyurini (2013: 51)

Sifat yang melekat pada SET akan sulit mendukung akuntansi syariah yang bertujuan “membangkitkan kesadaran keTuhanan” penggunaanya. Kesulitan tersebut terutama terletak pada tiadanya keseimbangan antara sifat egoistic dan altruistik. Epistemologi berpasangan (Triyuwono, 2006a) dan metafota zakat, SET

berusaha menangkap *sunatullah* dan menggunakannya sebagai nilai untuk membentuk dirinya. Samsiyah, Sambharakresna dan Kompyurini (2013: 51)

Syariah Enterprise Theory merupakan *enterprise theory* yang telah diinternalisasi dengan nilai-nilai Islam guna menghasilkan teori yang transendental dan lebih humanis. *Enterprise theory*, seperti telah dibahas oleh Meutia (2010) dalam Mansur (2012), merupakan teori yang mengakui adanya pertanggungjawaban tidak hanya kepada pemilik perusahaan saja melainkan kepada kelompok *stakeholders* yang lebih luas. *Enterprise theory* mampu mewadahi 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*.

Novarela dan Sari (2015) menyatakan bahwa *Syariah Enterprise Theory* (SET) tidak hanya peduli pada kepentingan individu (dalam hal ini pemegang saham), tetapi juga pihak-pihak lainnya. Oleh karena itu, SET memiliki kepedulian yang besar padastakeholders yang luas, SET meliputi Allah, manusia, dan alam. Allah swt merupakan pihak paling tinggi dan menjadi satu-satunya tujuan hidup manusia.

Dengan menempatkan Allah sebagai stakeholder tertinggi, maka tali penghubung agar akuntansi syariah tetap bertujuan pada “membangkitkan kesadaran ketuhanan” para penggunanya tetap terjamin. Konsekuensi menetapkan Allah sebagai stakeholder tertinggi adalah digunakannya *sunnatullah* sebagai basis bagi konstruksi akuntansi syariah. Intinya adalah bahwa dengan *sunnatullah* ini, akuntansi syariah hanya dibangun berdasarkan pada tata-aturan atau hukum-hukum Allah.

Stakeholder kedua dari SET adalah manusia, yang dibedakan antara *direct-stakeholders* dan *indirect-stakeholders*. *Direct-stakeholders* adalah pihak-pihak yang secara langsung memberikan kontribusi pada perusahaan, baik dalam bentuk kontribusi keuangan (*financial contribution*) maupun non-keuangan (*nonfinancial contribution*). Karena mereka telah memberikan kontribusi kepada perusahaan, maka mereka mempunyai hak untuk mendapatkan kesejahteraan dari perusahaan.

Sementara, yang dimaksud dengan *indirect-stakeholders* adalah pihak-pihak yang sama sekali tidak memberikan kontribusi kepada perusahaan (baik secara keuangan maupun non-keuangan), tetapi secara syariah mereka adalah pihak yang memiliki hak untuk mendapatkan kesejahteraan dari perusahaan.

Golongan *stakeholders* terakhir dari SET adalah alam. Alam adalah pihak yang memberikan kontribusi bagi mati-hidupnya perusahaan sebagaimana pihak Allah dan manusia. Perusahaan eksis secara fisik karena didirikan di atas bumi, menggunakan energi yang tersebar di alam, memproduksi dengan menggunakan bahan baku dari alam, memberikan jasa kepada pihak lain dengan menggunakan energi yang tersedia di alam, dan lain-lainnya. Namun demikian, alam tidak menghendaki distribusi kesejahteraan dari perusahaan dalam bentuk uang sebagaimana yang diinginkan manusia. Wujud distribusi kesejahteraan adalah berupa kepedulian perusahaan terhadap kelestarian alam, pencegahan pencemaran, dan lain-lainnya.

Secara implisit dapat kita pahami bahwa SET tidak mendudukan manusia sebagai pusat dari segala sesuatu sebagaimana dipahami oleh antroposentrisme. Tapi sebaliknya, SET menempatkan Allah sebagai pusat dari segala sesuatu. Allah menjadi pusat tempat kembalinya manusia dan alam semesta. Oleh karena itu, manusia di sini hanya sebagai wakil-Nya (*khalitullah fil ardh*) yang memiliki konsekuensi patuh terhadap semua hukum-hukum Allah. Kepatuhan manusia (dan alam) semata-mata dalam rangka kembali kepada Allah dengan jiwa yang tenang. Proses kembali ke Allah memerlukan proses penyatuan diri dengan sesama manusia dan alam sekaligus dengan hukum-hukum yang melekat di dalamnya. (Triuwono, 2007: 5) dalam Mansur (2012).

2.2.4 Konsep dan Karakteristik Pengungkapan CSR Menurut SET

Meutia (2010) dalam Untari (2016), konsep pengungkapan tanggungjawab sosial dengan menggunakan cara pandang *Syariah Enterprise Theory* yaitu :

Tabel 1.1

Konsep	<i>Syariah Enterprise Theory</i>
Tujuan	Legitimasi Tuhan
Sikap	Normative mandatory

Stakeholders	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Direct stakeholders</i> - <i>Indirect stakeholders</i> - Alam
Prioritas CSRD	<ul style="list-style-type: none"> - Kemaslahatan - Dharuriyyat - Hajjiyyat - Tahsiniyyat
Informasi	<p>Material spiritual</p> <p>Kualitatif kuantitatif</p>

Sumber: mutia (2010)

Berdasarkan konsep teoritis pengungkapan tanggungjawab sosial seperti table 1.1 Meutia menjelaskan dari konsep *Syariah Enterprise Theory* pada perbankan syariah adalah sebagai berikut :

1. Pengungkapan tanggungjawab sosial merupakan bentuk akuntabilitas manusia terhadap Tuhan dan karenanya ditujukan untuk mendapatkan keridhoan (legitimasi) dari Tuhan sebagai tujuan utama. Hal ini bermakna bahwa pengungkapan tanggungjawab sosial bukan ditujukan untuk membangun citra perusahaan. Sebagai konsekuensinya informasi yang diungkapkan bukan hanya informasi yang menunjang nama baik perusahaan saja. Semua informasi baik positif maupun negatif selama ada hubungannya dengan pemenuhan tanggungjawab sosial harus diungkapkan. Pengungkapan ini dilakukan berdasarkan prinsip masalah.
2. Pengungkapan tanggungjawab sosial harus memiliki tujuan sebagai sarana pemberian informasi kepada seluruh *stakeholders* (*direct*, *indirect* dan alam) berkaitan dengan seberapa jauh institusi tersebut telah memenuhi kewajiban terhadap seluruh *stakeholders*. Hal ini sebagai bagian dari upaya untuk memenuhi akuntabilitas terhadap manusia.
3. Keberadaan pengungkapan tanggungjawab sosial adalah wajib (mandatory), dipandang dari fungsi bank syariah sebagai salah satu instrumen untuk mewujudkan tujuan syariah. Laporan CSRD akan

menjadi laporan yang akan melengkapi kepentingan para *stakeholders* yang selama ini terabaikan dalam sistem akuntansi modern.

4. Pengungkapan tanggungjawab sosial harus memuat dimensi material maupun spiritual berkaitan dengan kepentingan para *stakeholders*. Pertimbangan kepentingan masyarakat (masalah) akan menjadi dasar pengungkapan.
5. Pengungkapan tanggungjawab sosial harus berisikan tidak hanya informasi yang bersifat kualitatif melainkan juga informasi kuantitatif. Hal ini berguna untuk memberi gambaran yang lebih menyeluruh kepada *stakeholders* mengenai praktek CSR yang telah dijalankan oleh bank. Jika informasi kualitatif berupa narasi dan deskriptif, maka informasi kuantitatif dapat berupa informasi moneter dan non moneter.

Berdasarkan pada konsep pengungkapan tanggungjawab sosial yang telah dikembangkan sebelumnya dengan menggunakan *Syariah Enterprise Theory* dan hasil analisis atas “interest” para *stakeholders* seperti telah diuraikan pada bagian terdahulu maka dapat dikatakan bahwa item-item pengungkapan tanggungjawab sosial harus memenuhi karakteristik berikut ini:

1. Menunjukkan upaya memenuhi akuntabilitas vertikal terhadap Tuhan dan akuntabilitas horizontal terhadap *direct stakeholders*, *indirect stakeholders* dan alam.
2. Menunjukkan upaya memenuhi kebutuhan material dan spiritual seluruh *stakeholders*, sebagai bagian dari upaya untuk memenuhi konsep keseimbangan.
3. Mengungkapkan informasi kualitatif dan kuantitatif sebagai upaya untuk memberikan informasi yang lengkap dan menyeluruh.

2.2.5 Item Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Perspektif *Syariah Enterprise Theory*

Meutia (dalam Mansur 2012) mengatakan terdapat beberapa dimensi yang ditawarkan oleh *syariah enterprise theory* dalam pengungkapan tanggung jawab

social perusahaan, terutama oleh perbankan syariah. Dimensi-dimensi tersebut, menurut Meutia (2010), adalah akuntabilitas vertikal dan akuntabilitas horizontal.

Akuntabilitas vertikal ini, dinyatakan oleh Meutia (2010), ditujukan hanya kepada Tuhan. Beberapa contoh *item* yang bertujuan menunjukkan akuntabilitas vertikal kepada Tuhan menurut *syariah enterprise theory* adalah adanya opini Dewan Pengawas Syariah dan adanya pengungkapan mengenai fatwa dan aspek operasional yang dipatuhi dan tidak dipatuhi beserta alasannya. Sedangkan akuntabilitas horizontal, menurut Meutia (2010), ditujukan kepada tiga pihak, yaitu *direct stakeholders*, *indirect stakeholders*, dan alam. Pihak-pihak yang disebut *direct stakeholders* menurut *shariah enterprise theory* adalah nasabah dan karyawan. Sedangkan pihak yang termasuk *indirect stakeholders* menurut *syariah enterprise theory* adalah komunitas.

Beberapa *item* pengungkapan tanggung jawab sosial yang menunjukkan akuntabilitas horizontal kepada nasabah menurut *syariah enterprise theory*, seperti diungkapkan Meutia (2010), adalah adanya pengungkapan kualifikasi dan pengalaman anggota Dewan Pengawas Syariah (DPS), laporan tentang dana zakat dan *qardhul hasan* serta audit yang dilakukan terhadap laporan tersebut, informasi produk dan konsep syariah yang mendasarinya, penjelasan tentang pembiayaan dengan skema *Profit and Loss Sharing (PLS)*, dan penjelasan tentang kebijakan/usaha untuk mengurangi transaksi non-syariah di masa mendatang. Sedangkan, beberapa *item* yang mengungkapkan adanya akuntabilitas horizontal kepada karyawan menurut *syariah enterprise theory* adalah adanya pengungkapan mengenai kebijakan tentang upah dan remunerasi, kebijakan mengenai pelatihan yang meningkatkan kualitas spiritual karyawan dan keluarganya, keterediaan layanan kesehatan dan konseling bagi karyawan, dan kebijakan non diskriminasi yang diterapkan pada karyawan dalam hal upah, *training*, dan kesempatan meningkatkan karir. (Meutia, 2010).

Meutia (2010) memberikan beberapa *item* yang menunjukkan akuntabilitas kepada *indirect stakeholders*, dalam hal ini komunitas, berdasarkan *syariah enterprise theory*. *Item* tersebut antara lain adanya pengungkapan tentang inisiatif untuk meningkatkan akses masyarakat luas atas jasa keuangan bank Islam, kebijakan pembiayaan yang mempertimbangkan isu-isu diskriminasi dan HAM,

kebijakan pembiayaan yang mempertimbangkan kepentingan masyarakat banyak, dan kontribusi yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat di bidang agama, pendidikan, dan kesehatan.

Sedangkan *item* pengungkapan yang menunjukkan akuntabilitas horizontal kepada alam menurut *syariah enterprise theory*, sebagaimana dinyatakan Meutia (2010), adalah adanya pengungkapan tentang kebijakan pembiayaan yang mempertimbangkan isu-isu lingkungan, menyebutkan jumlah pembiayaan yang diberikan kepada usaha-usaha yang berpotensi merusak lingkungan dan alasan memberikan pembiayaan tersebut, dan usaha-usaha untuk meningkatkan kesadaran lingkungan pada pegawai.

2.2.6 Profitabilitas

Profitabilitas atau disebut dengan rentabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas biasanya diukur menggunakan rasio perbandingan. Rasio yang biasa digunakan untuk mengukur dan membandingkan kinerja profitabilitas bank adalah ROA (Return On Asset) dan ROE (Return On Equity).

1. Return On Assets (ROA)

ROA merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi perusahaan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya (Munawir, 2002 dalam Astuti, 2015). Semakin tinggi nilai ROA dapat menunjukkan kinerja keuangan perusahaan yang baik. ROA dihitung dengan rumus :

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Aktiva}}$$

2. Return On Equity (ROE)

ROE merupakan ukuran kemampuan perusahaan untuk menghasilkan tingkat pengembalian perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dalam memanfaatkan ekuitas yang dimiliki perusahaan (Munawir, 2002 dalam Astuti, 2015). Semakin tinggi perusahaan menghasilkan nilai ROE, semakin efisien pula perusahaan menggunakan modal untuk menghasilkan laba. ROE dihitung dengan rumus :

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Equity}}$$

Tingkat profitabilitas yang tinggi pada perusahaan akan meningkatkan daya saing bagi perusahaan itu sendiri. Luthfia (2010) perusahaan yang menghasilkan profit tinggi akan membuka lini atau cabang baru, kemudian cenderung memperbesar investasi atau membuka investasi terkait perusahaan induknya. Dengan terusnya bertumbuh perusahaan tersebut, maka perusahaan harus semakin luas mengungkapkan suatu laporan dalam memenuhi kebutuhan informasi bagi penggunanya.

2.2.7 Leverage

Rasio *leverage* atau rasio solvabilitas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka panjangnya atau kewajibannya apabila perusahaan dilikuidasi (Astuti, 2015). *Leverage* dapat dipahami sebagai penaksir dari resiko yang melekat pada suatu perusahaan. Artinya, *leverage* yang semakin besar menunjukkan risiko investasi yang semakin besar pula. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah memiliki risiko *leverage* yang lebih kecil.

1. Debt to Equity Ratio (DER)

Rasio ini menggambarkan sampai sejauh mana pemilik dapat menutupi hutang-hutang kepada pihak luar dan merupakan rasio yang mengukur hingga sejauh mana perusahaan dibiayai dari hutang (Astuti, 2015). DER dihitung dengan rumus :

$$DER = \frac{\text{Total kewajiban}}{\text{Equitas Pemegang Saham}}$$

2. Total Assets to Total Debt Ratio/ Debt Ratio (DR)

Rasio ini merupakan perbandingan antara total hutang dengan total aktiva. Sehingga rasio ini menunjukkan sejauh mana hutang ditutupi oleh aktiva.

Menurut Sawir (2008) dalam Astuti (2015) *debt ratio* merupakan rasio yang memperlihatkan proposi antara kewajiban yang dimiliki dan seluruh kekayaan yang dimiliki. DR dihitung dengan rumus :

$$DR = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Aktiva}}$$

Leverage dapat dipahami sebagai taksiran resiko dalam suatu perusahaan. Apabila *leverage* perusahaan semakin besar, maka resiko investasi perusahaan semakin besar pula. Tingginya rasio *leverage* menunjukkan bahwa perusahaan tidak *solvable*, artinya total hutangnya lebih besar dibandingkan dengan total asetnya (Horne, 1997 dalam Analisa, 2011). Semakin tinggi tingkat *leverage* (rasio hutang/ekuitas) semakin besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi, supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial) (Sembiring, 2005 dalam Luthia, 2012).

2.2.8 Corporate Governance

2.2.8.1 Ukuran Dewan Pengawas Syariah

Definisi dari pengawasan syariah adalah suatu proses dalam meyakinkan produk dan jasa keuangan agar sesuai dengan aturan dan prinsip Islam melalui konfirmasi kepada norma yang diakui atau norma yang tidak melanggar ajaran Islam (De Lorenzo dalam Haryani, 2015). Keberadaan pengawasan syariah dalam bank syariah merupakan penentu dalam pelaksanaan seluruh transaksi dan produk yang ditawarkan sesuai dengan peraturan dan prinsip Islam.

Haryani (2015) mengatakan bahwa dalam corporate governance Islam, praktik corporate governance dilakukan dengan pengawasan yang dilakukan oleh suatu dewan yang disebut dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS). Keyakinan ini bertujuan agar keberadaan bank syariah masih memiliki kepercayaan di masyarakat dalam praktik perbankan syariah. Dengan adanya dewan syariah, aplikasi peraturan syariah dalam bank dapat diawasi sehingga mampu terjamin

kepatuhannya. Selain itu, dewan pengawas syariah memiliki otoritas dalam menolak prosedur yang bertentangan dengan prinsip. Oleh karena itu, pihak manajemen harus mematuhi seluruh keputusan yang telah diambil oleh dewan pengawas syariah dalam hal kepatuhan prinsip syariah, kecuali apabila konsensus telah dicapai dalam keputusan mayoritas perusahaan pada waktu tertentu.

2.2.8.2 Dewan Komisaris Independen

Dewan Komisaris adalah organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasihat kepada direksi sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang (UU) Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, jumlah, komposisi, kriteria, rangkap jabatan, hubungan keluarga, dan persyaratan lain bagi anggota Dewan Komisaris tunduk kepada ketentuan otoritas terkait (Rustam, 2013: 400 dalam Husna, 2016). Menurut Mulyadi (2002) dalam Ratnasari (2011) dewan komisaris merupakan wakil dari para pemegang saham yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilakukan oleh manajemen dan mencegah pengendalian yang terlalu banyak di tangan manajemen. Dewan komisaris bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen telah memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern. Sebagai wakil dari prinsipal di perusahaan dewan komisaris dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial adalah karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi dalam perusahaan.

2.3 Hubungan Antar Variabel

1. Hubungan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSRPerusahaanyang memiliki kinerja keuangan yang baik, biasanya akan mengupayakan melakukan pengungkapan yang lebih luas. Munif (2010) dalam Luthfia (2012) menjelaskan profitabilitas adalah salah satu faktor kinerja keuangan yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan program tanggung jawab sosial secara luas.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis pertama yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

H_1 : Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

2. Hubungan *Leverage* terhadap Pengungkapan CSR *Leverage* memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Luthfia (2012) tingkat *leverage* yang tinggi pada perusahaan juga meningkatkan kecenderungan perusahaan untuk melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan melaporkan laba sekarang lebih tinggi. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan CSR agar dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi. Perusahaan tersebut akan mengurangi pengungkapan atas aktivitas sosial lingkungan karena perusahaan tersebut harus mengurangi biaya-biaya untuk melakukan aktivitas sosialnya.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis kedua yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

H_2 : *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

3. Hubungan Dewan Pengawas Syariah terhadap Pengungkapan CSR Farook et al.(2011) menyatakan bahwa adanya dewan pengawas syariah diharapkan dapat mewakili hukum dan prinsip Islam dalam pengawasan manajemen. Fungsi dan tugas dewan pengawas syariah bisa dibagi antara anggota, sehingga memungkinkan anggota-anggota tertentu untuk fokus pada pelaporan perusahaan. Ukuran dewan pengawas syariah dengan perspektif dan pengalaman yang beragam dapat mengakibatkan kepatuhan yang lebih baik terhadap hukum syariah pada pelaporan perusahaan (Percy dan Stewart, 2010 dalam Widayuni, 2014). Peningkatan jumlah anggota dewan pengawas syariah mengarah ke tingkat pengungkapan CSR yang lebih tinggi dalam peningkatan pemantauan.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis keempat yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

H₄ : Dewan Pengawas Syariah berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

4. Hubungan Dewan Komisaris Independen terhadap Pengungkapan CSR

Dewan komisaris adalah wakil shareholder dalam perusahaan yang berbadan hukum perseroan terbatas (PT) yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen (direksi) dan bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen telah memenuhi tanggung jawab mereka dalam menjalankan dan mengembangkan pengendalian intern perusahaan (Khoirudin, 2013). Ukuran dewan komisaris dapat dilihat dari jumlah anggota dewan komisaris. Semakin besar ukuran dewan komisaris, maka pengawasan akan semakin baik. Sembiring (2005) dalam Khoirudin (2013) dengan pengawasan yang baik, maka diharapkan pengungkapan CSR akan semakin luas karena dapat meminimalisir informasi yang mungkin dapat disembunyikan oleh manajemen.

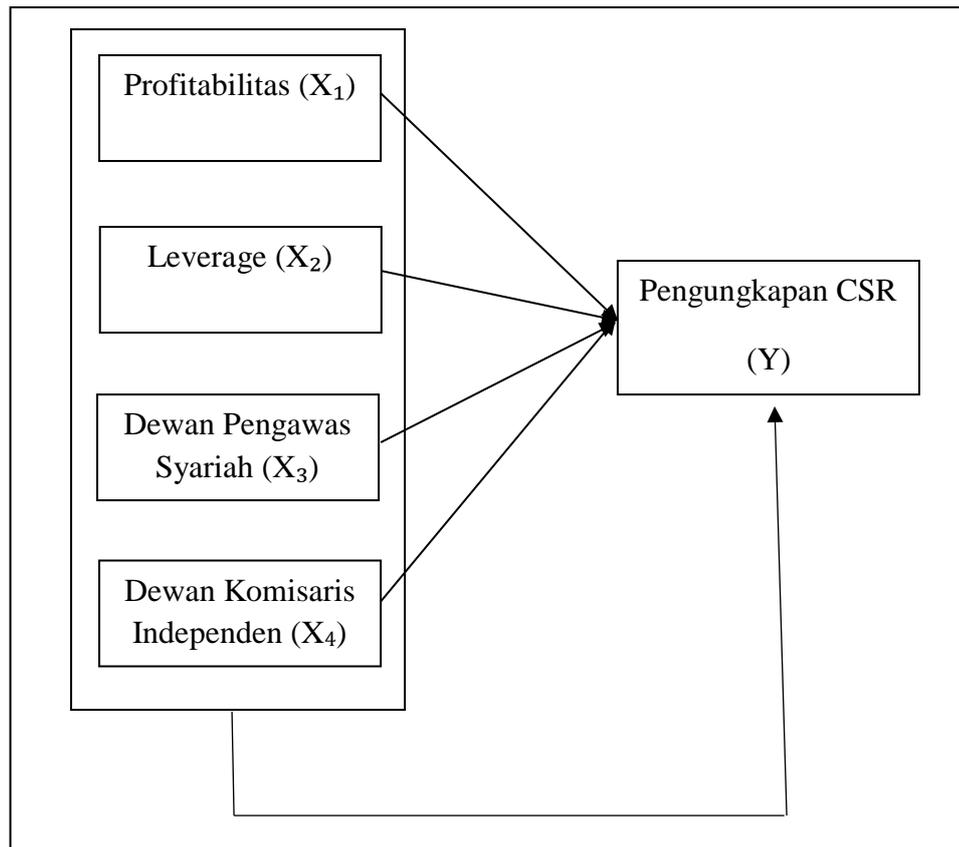
Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis ketiga yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

H₃ : Dewan Komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

2.4 Kerangka Konsep

Berdasarkan analisis review penelitian terdahulu dan dalam landasan teori yang telah dikaji, maka peneliti akan membuat penelitian tentang pengaruh *Profitabilitas, Leverage, Dewan Komisari* dan *Dewan Pengawas Syariah* terhadap CSR. Berikut adalah gambar model penelitian :

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian



2.5 Hipotesis Penelitian

Gambar diatas menjelaskan bahwa profitabilitas, *leverage*, dewan komisaris dan dewan pengawasan syariah berpengaruh terhadap pengungkapan CSR secara parsial dan simultan. Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, maka hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut :

- H_1 : Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
- H_2 : *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
- H_3 : Dewan Pengawas Syariah berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
- H_4 : Dewan Komisaris Independen berpengaruh terhadap pengungkapan CSR
- H_5 : Profitabilitas, *Leverage*, Dewan Pengawas Syariah dan Dewan Komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR