

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Corporate Social Responsibility (CSR)

2.1.1. Pengertian CSR

Revolusi industri pada dekade 19-an, telah mengakibatkan adanya ledakan industri. Di era itu, korporat memandang dirinya sebagai organisasi yang mengeruk keuntungan semata. Kontribusi terhadap komunitas hanya sebatas penyediaan lapangan kerja dan pajak. Padahal komunitas menghendaki lebih dari itu, akibatnya kegiatan ekonomi yang dilakukan korporat telah membawa kerusakan lingkungan yang pemulihan dibebankan pemerintah. Seiring perkembangan teori manajemen, periode 1970-an korporat mulai menyadari pentingnya keberadaan lingkungan eksternal dan internal. Komunitas tidak dianggap sebagai konsumen semata melainkan mitra (*partnership*). (Rahman, 2009)

Sekarang banyak usaha bisnis yang telah mengeluarkan energi, waktu dan finansial untuk menggambarkan diri mereka sebagai pelaku bisnis yang baik dan bertindak dengan cara yang bertanggung jawab secara sosial yang kemudian disebut sebagai *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Jadi, kini dunia usaha tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*), melainkan sudah meliputi aspek keuangan, aspek sosial dan aspek lingkungan (*triple bottom line*). Sinergi dari tiga elemen ini merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

Perkembangan CSR saat ini, tidak bisa terlepas dari konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*). Definisi pembangunan berkelanjutan menurut The World Commission on Environment and Development yang lebih dikenal dengan The Brundtland Commission, adalah pembangunan yang dapat memenuhi kebutuhan manusia saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi yang akan datang dalam memenuhi kebutuhan mereka. Trinidad & Tobacco Bureau of Standards mengartikan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen usaha untuk terus bertindak etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara luas. Sedangkan The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) mendefinisikan bahwa CSR adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan. (Rahman, 2009)

CSR dapat dikatakan sebagai tanggung jawab perusahaan yang bersifat sukarela dan salah satu konsep yang mendorong organisasi untuk memiliki tanggung jawab sosial secara seimbang kepada stakeholders dan lingkungan alam. CSR tidak hanya terbatas pada konsep pemberian bantuan saja, tetapi konsep tanggung jawab yang lebih luas dan tidak statis.

2.1.2 Pentingnya CSR

Ada beberapa hal yang mendorong perlunya keterlibatan perusahaan dalam program CSR antara lain: (Rahman, 2009)

a. Kebutuhan dan harapan masyarakat yang semakin berubah.

Untuk menghadapi persaingan bisnis yang sangat ketat agar tetap bisa survive, maka perbankan syariah tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, melainkan harus peka terhadap kebutuhan dan harapan masyarakat yang selalu berubah.

b. Terbatasnya sumber daya alam.

Dengan adanya sumber daya alam yang sangat terbatas, maka usaha perbankan syariah juga harus menggunakannya SDA seefisien mungkin.

c. Menciptakan lingkungan sosial yang lebih baik.

CSR yang diimplementasikan bank syariah akan memberikan kesejahteraan masyarakat yang lebih merata dan memberikan lingkungan sosial yang seimbang.

d. Mengimbangi antara tanggung jawab dan kekuasaan.

Bisnis sangat mempengaruhi lingkungan, konsumen, kondisi masyarakat, kehidupan moral dan budaya masyarakat. Maka, kekuasaan yang sangat besar ini harus diimbangi dengan program tanggung jawab sosial agar kekuasaan yang tak terbatas bisa dikendalikan.

e. Keuntungan jangka panjang

Keterlibatan sosial merupakan nilai yang sangat positif bagi perkembangan dan kelangsungan jangka panjang. Karena bank syariah yang bersangkutan akan mendapatkan citra positif dimata masyarakat. Tidak bisa disangkal lagi, bahwa

bisnis akan tetap bertahan jika kepentingan semua pihak dapat diperhatikan dan terpenuhi.

2.1.2.1 Bentuk- Bentuk CSR

CSR dikonsepsikan sebagai piramid yang terdiri dari empat macam unsur tanggung jawab yang harus dipertimbangkan secara berkesinambungan yaitu: (Yosephus,2010)

a. Tanggung jawab ekonomi (*Economic responsibilities*)

Tanggung jawab ekonomi merujuk pada fungsi utama bisnis yang bersifat profit oriented. Aktifitas ekonomi dalam profit oriented akan bersinergi dengan CSR jika didasari oleh iktikad untuk memberikan *price* yang memihak pada nasabah, artinya *price* merupakan representasi dari kualitas dan nilai sebenarnya dari produk (barang ataupun jasa), dan lain-lain.

b. Tanggung jawab hukum (*Legal responsibilities*)

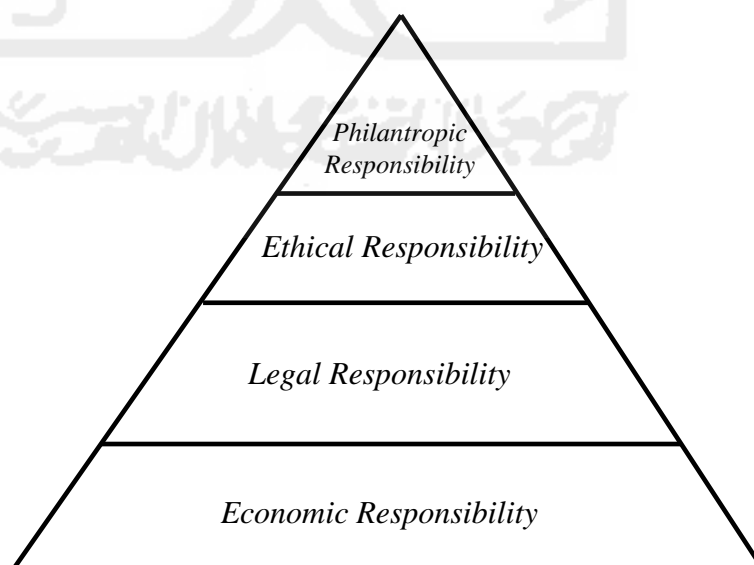
Saat perbankan syariah memutuskan untuk menjalankan operasinya di wilayah tertentu maka ia telah sepakat untuk melakukan kontrak sosial dengan segala aspek norma dan hukum yang telah ada maupun yang akan muncul kemudian. Tanggung jawab hukum mengupayakan bahwa bank syariah selalu mematuhi terhadap ketentuan perundang- undangan yang berlaku dan tidak akan melakukan hal yang melawan hukum.

c. Tanggung jawab etis (*Ethical responsibilities*)

Tanggung jawab etis berimplikasi pada kewajiban menyesuaikan segala aktivitas sesuai dengan norma sosial dan etika yang berlaku meskipun tidak tertera dalam bentuk tertulis formal. Tanggung jawab etis ini bertujuan untuk memenuhi standar, norma dan pengharapan dari stakeholder terhadap bank syariah. Tanggung jawab etis juga sebuah bentuk korporat yang senantiasa menjunjung kearifan dan adat lokal.

d. Tanggungjawab Filantropis (*Philanthropic responsibilities*)

Tanggung jawab filantropi adalah tanggung jawab terhadap sesama mencakup peran aktif bank syariah dalam memajukan kesejahteraan manusia. Jadi tanggung jawab filantropi didasari oleh iktikad bank syariah untuk berkontribusi pada perbaikan komunitas secara mikro maupun makro sosial. Terkait dengan implementasi keempat unsur tanggung jawab di atas, dapat digambarkan dalam sebuah hierarki sebagai berikut :



Gambar 1.1 Piramida CSR

Piramida tersebut secara jelas menunjukkan bahwa implementasi CSR masih didominasi oleh tanggung jawab ekonomi (profit oriented) sebagai prasyarat agar dapat melakukan CSR yang lain. Setingkat di atas tanggung jawab ekonomi adalah tanggung jawab legal yang menuntut perusahaan menaati hukum yang berlaku.

Level selanjutnya yaitu tanggung jawab etis yaitu tanggung jawab terhadap sejumlah peraturan tidak tertulis dengan memperhatikan adat, nilai, kepercayaan, dan sistem yang berlaku. Bank syariah harus dapat mengedepankan unsur kebenaran, keadilan dan keseimbangan. Level paling tinggi yaitu tanggung jawab filantropi. Aktifitas filantropi adalah bentuk iktikad baik bank syariah untuk memberikan manfaat bagi komunitas, peningkatan kualitas kehidupan dan taraf kesejahteraan sosial.

Pada dasarnya bentuk tanggung jawab usaha bisnis dapat beraneka ragam dari yang bersifat charity sampai pada kegiatan yang bersifat pengembangan komunitas (*community development*). *Community Development* adalah kegiatan pembangunan komunitas yang dilakukan secara sistematis, terencana dan diarahkan untuk memperbesar akses komunitas guna mencapai kondisi sosial, ekonomi, lingkungan dan kualitas kehidupan yang lebih baik. (Bambang & Famiola, 2007)

Maka ada 3 bentuk CSR dari sudut pandang pelaku usaha yaitu:

a. *Public relations*

Yaitu usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada komunitas tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Sehingga akan tertanam image

komunitas bahwa perusahaan tersebut hanya melakukan kegiatan sosial, biasanya berbentuk kampanye yang tidak terkait sama sekali dengan produk.

b. Strategi defensif

Usaha yang dilakukan guna untuk menangkis anggapan negatif komunitas luas yang sudah tertanam pada perusahaan tersebut. Jadi usaha CSR yang dilakukan adalah untuk merubah anggapan negatif dengan mengubah hal yang baru yang bersifat positif.

c. Keinginan tulus untuk melakukan kegiatan baik yang merupakan visi perusahaan.

2.1.2.2 CSR dalam perspektif 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:

1. Teori Kapitalisme

Milton Friedman merupakan pendukung teori ini. Menurut Friedman (1967) dalam Fitria dan Hartanti (2010) 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.

2. 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 sosial yang harus berkontribusi kepada lingkungan sosialnya.

3. 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).

4. 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).

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

2.1.2.3 CSR dalam Perspektif Islam

Perbuatan tanggung jawab begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Manusia memang memiliki kebebasan dalam berbuat tetapi, juga memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan alam, sosial dan kepada Allah SWT. Jadi, manusia adalah makhluk yang harus memiliki sifat tanggung jawab karena ia memiliki kemampuan untuk memilih secara sadar dalam meraih yang dikehendaki.

Dalam perspektif Islam, CSR merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan yang memiliki arti melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapatkan ridho Allah SWT. Disamping itu, CSR merupakan

implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam, Allah adalah pemilik mutlak (haqiqiyah) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (*temporer*) yang berfungsi sebagai penerima amanah, maka dengan mengemban amanah, individu maupun kelompok harus dapat menjadi khalifah yang dapat berbuat keadilan, bertanggung jawab dan melakukan perbuatan yang bermanfaat. (Djakfar, 2007)

CSR ternyata selaras dengan pandangan Islam tentang manusia dalam hubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosialnya, dapat dipresentasikan dengan empat aksioma yaitu kesatuan (*tauhid*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*) dan tanggung jawab (*responsibility*) (Naqvi, 2003).

Menurut Muhammad Djakfar, Implementasi CSR dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang menjadikannya ruh sehingga dapat membedakan CSR dalam perspektif Islam dengan CSR secara universal yaitu:

a. Al- adl

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam hubungan usaha dan kontrak- kontrak serta perjanjian bisnis. Sifat keseimbangan atau keadilan dalam bisnis adalah ketika korporat mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktifitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta. Jadi, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis, dalam al- Quran Surat Huud ayat 85 telah menegaskan sebagai berikut:

وَيَقَوْمٍ أَوْتُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَمْثِيَاءَهُمْ

وَلَا تَعْتَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٩٥﴾

“Dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan.”

Islam juga melarang segala bentuk penipuan, gharar (spekulasi), najsi (iklan palsu), ihtikar (menimbun barang) yang akan merugikan pihak lain.

b. Al-ihsan

Islam hanya memerintahkan dan menganjurkan perbuatan yang baik bagi kemanusiaan, agar amal yang dilakukan manusia dapat memberi nilai tambah dan mengangkat derajat manusia baik individu maupun kelompok. Implementasi CSR dengan semangat ihsan akan dimiliki ketika individu atau kelompok melakukan kontribusi dengan semangat ibadah dan berbuat karena atas ridho Allah SWT. Firman Allah SWT dalam al-Quran Surat al-Baqarah ayat 195 menerangkan:

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ

مُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ ﴿١٩٥﴾

“Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, Karena Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik ”.

(Al-Baqarah: 195)

Ihsan adalah melakukan perbuatan baik, tanpa adanya kewajiban tertentu untuk melakukan hal tersebut. Ihsan adalah beauty dan perfection dalam sistem sosial. Bisnis yang dilandasi unsur ihsan dimaksudkan sebagai proses niat, sikap dan perilaku yang baik, transaksi yang baik, serta berupaya memberikan keuntungan lebih kepada stakeholders.

c. Manfaat

Konsep ihsan yang telah di jelaskan di atas seharusnya memenuhi unsur manfaat bagi kesejahteraan masyarakat (internal maupun eksternal perusahaan). Pada dasarnya perbankan syariah juga telah memberikan manfaat terkait operasional yang bergerak dalam bidang jasa yaitu jasa penyimpanan, pembiayaan dan produk atau fasilitas lain yang sangat dibutuhkan masyarakat. Konsep manfaat dalam CSR, lebih dari aktivitas ekonomi. Bank syariah sudah seharusnya memberikan manfaat yang lebih luas dan tidak statis misalnya terkait bentuk philanthropi dalam berbagai aspek sosial seperti pendidikan, kesehatan, pemberdayaan kaum marginal, pelestarian lingkungan, dan lain-lain.

d. Amanah

Dalam usaha bisnis, konsep amanah merupakan niat dan iktikad yang perlu diperhatikan terkait pengelolaan sumber daya (alam dan manusia) secara makro, maupun dalam mengemudikan suatu perusahaan. ((Muhammad dan Fauroni, 2002)

Bank syariah yang menerapkan CSR harus memahami dan menjaga amanah dari masyarakat yang secara otomatis terbebani di pundaknya misalnya menciptakan produk yang berkualitas, serta menghindari perbuatan yang tidak terpuji dalam

setiap aktivitas bisnis. Amanah dalam perbankan dapat dilakukan dengan pelaporan dan transparansi yang jujur kepada yang berhak, serta amanah dalam pembayaran pajak, pembayaran karyawan, dan lain-lain. Amanah dalam skala makro dapat direalisasikan dengan melaksanakan perbaikan sosial dan menjaga keseimbangan lingkungan. Al – Quran Surat An-Nisa ayat 58 telah menjelaskan sebagai berikut:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat”. (An-Nisa: 58)

Dalam perspektif Islam, kebijakan perusahaan dalam mengemban tanggung jawab sosial (CSR) terdapat tiga bentuk implementasi yang dominan yaitu: (Rafik (2004)

1. Tangung Jawab Sosial (CSR) terhadap para pelaku dalam perusahaan dan stakeholder.

Stakeholder terdiri dari investor atau pemilik, kreditor, pemasok, pelanggan, karyawan, pemerintah dan masyarakat. Islam mendorong terwujudnya hubungan

kemitraan antara pelaku bisnis dengan stakeholders internal maupun eksternal perusahaan dalam hal kebaikan dan saling menguntungkan. Seperti firman Allah SWT dalam al-Quran Surat Al-Maidah ayat 2:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ

إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

“.....dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya ”
(Al-Maidah:2)

2. Tanggung Jawab Sosial (CSR) terhadap lingkungan alam

Bagian utama yang juga harus diperhatikan dalam kaitannya dengan CSR adalah lingkungan alam. Lingkungan alam dapat berupa lingkungan alam biotik ataupun abiotik, baik yang dapat diperbarui maupun tidak dapat diperbarui.

Fenomena hujan asam, pemanasan global, teracuninya rantai makanan, kepunahan, perubahan musim adalah sebagai akibat dari perbuatan yang tidak bertanggung jawab. Sehingga, korporat salah satunya bank syariah harus andil terhadap perbaikan lingkungan, ramah lingkungan, serta selalu mendukung dan proaktif dalam pelestarian lingkungan. Seperti firman Allah SWT dalam al-Quran Surat Huud ayat 61:

وَإِلَىٰ ثَمُودَ أَخَاهُمْ صَالِحًا قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِن إِلَهِ غَيْرُهُ

هُوَ أَنشَأَكُم مِّنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا فَاسْتَغْفِرُوهُ ثُمَّ تَوْبُوا إِلَيْهِ

إِنَّ رَبِّي قَرِيبٌ مُّجِيبٌ ﴿٦١﴾

“Dan kepada Tsamud (Kami utus) saudara mereka shaleh. Shaleh berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada bagimu Tuhan selain Dia. dia Telah menciptakan kamu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu pemakmurnya [726], Karena itu mohonlah ampunan-Nya, Kemudian bertobatlah kepada-Nya, Sesungguhnya Tuhanku amat dekat (rahmat-Nya) lagi memperkenankan (doa hamba-Nya).(Huud:61)

3. Tanggung Jawab Sosial (CSR) terhadap kesejahteraan sosial secara umum.

Selain bertanggungjawab terhadap pihak yang berkepentingan terhadap usahanya dan lingkungan alam, perbankan syariah juga sudah seharusnya memberikan perhatian terhadap kesejahteraan umum masyarakat. Islam selalu menyeru untuk berbuat kedermawanan terhadap kaum lemah, miskin dan marginal. Al-quran Surat An-Nisa ayat 75 telah menerangkan sebagai berikut:

وَمَا لَكُمْ لَا تُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَالْمُسْتَضْعَفِينَ مِنَ الرِّجَالِ وَالنِّسَاءِ

وَالْوَالِدِينَ ﴿٧٥﴾

“Mengapa kamu tidak mau berperang di jalan Allah dan (membela) orang-orang yang lemah baik laki-laki, wanitawanita maupun anak-anak.....”(An-Nisa:75)

Islam sangat mendukung terhadap CSR karena tidak dapat dipungkiri bahwa bisnis menciptakan banyak permasalahan sosial, dan perusahaan bertanggung jawab menyelesaikannya. Bisnis membutuhkan berbagai sumber daya alam untuk kelangsungan usaha, sehingga perusahaan bertanggung jawab untuk memeliharanya. Islam secara tidak langsung menganggap bisnis sebagai entitas yang kewajibannya terpisah dari pemiliknya, adanya CSR akan mengembangkan kemauan baik perusahaan tersebut (Beekun, 2004)

Sejatinya, bank syariah harus dapat menyeimbangkan antara dua kepentingan secara proporsional yaitu kepentingan diri (corporate) dan orang lain (stakeholder). Antara kepentingan ekonomi dan sosial, sekaligus tuntutan moral yang mengandung nilai kebijakan (*wisdom*) baik dihadapan manusia maupun Allah SWT.

2.1.3 Telaah Penelitian Sebelumnya

Penelitian dilakukan oleh Dusuki & Dar, (2005) dengan judul *Stakeholders' perceptions of Corporate Social Responsibility of Islamic Banks: Evidence From Malaysian Economy*. *Corporate Social Responsibility* telah menjadi subyek perdebatan yang cukup sengit di Barat selama beberapa dekade. Hal ini menjadi praktek semakin umum bagi bank di Inggris dan negara-negara Eropa lainnya hari ini untuk telah menetapkan pedoman tentang isu-isu yang bertanggung jawab etika dan sosial seperti lingkungan, memberikan amal dan dukungan bagi masyarakat, hak asasi manusia dan mengurangi pengucilan sosial dan keuangan. Topik tanggung jawab sosial dan etika perbankan adalah relevansi terutama bagi mereka yang terlibat dalam perbankan dan keuangan yang menganggap etika dan tanggung jawab sosial sebagai lebih abadi karena mereka akhirnya berdasarkan Islam sebagai wahyu ilahi, sedangkan etika berasal dari moralitas sekuler yang pasti sementara. Penelitian ini menggunakan sampel lebih dari 1500 responden, karena bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi dari berbagai pemangku kepentingan bank syariah di Malaysia mengenai tanggung jawab sosial bank syariah. Makalah ini berdasarkan data yang dikumpulkan dari berbagai kelompok pemangku kepentingan dari dua bank syariah besar di Malaysia yaitu, Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB) dan Bank Muamalat Malaysia Berhad (BMMB).

Fauzian dan Yudho (2013) melakukan penelitian dengan judul Analisis Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perbankan Syariah Di Indonesia Berdasarkan *Islamic Social Reporting Index*. Penelitian ini dilakukan untuk membandingkan pengungkapan tanggungjawab sosial bank syariah di Indonesia berdasarkan pada index *Islamic Social Reporting (ISR)*. Obyek dari penelitian ini

adalah tujuh bank syariah di Indonesia. Penelitian ini menggunakan laporan tahunan tahun 2011 yang dipublikasikan pada masing-masing bank. Analisis data menggunakan analisis isi. Hasil penelitian menunjukkan skor indeks IRS tertinggi adalah Bank Muamalat Indonesia dengan skor 73% dan skor terendah adalah Bank Panin Syariah dengan skor 41%

Fitria dan Hartanti (2010) melakukan penelitian dengan judul *Islam Dan Tanggung Jawab Sosial : Studi Perbandingan Pengungkapan Berdasarkan Global Reporting Initiative Index Dan Islamic Social Reporting Index*. Penelitian ini dimaksudkan untuk membandingkan praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan antara institusi perbankan Islam dan lembaga perbankan konvensional di Indonesia. Penelitian menggunakan *Index Global Reporting Initiative* dan *Islamic Social Reporting Index*. Perusahaan sampel diambil dari tiga lembaga perbankan konvensional dan tiga lembaga perbankan Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Bank konvensional memiliki pengungkapan yang lebih baik dibandingkan bank syariah, 2) berdasarkan checklist indeks ISR diperoleh hasil bahwa tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial pada tiga bank syariah masih terbatas atau hanya dapat memenuhi 50% dari skor maksimal jika semua item diungkapkan secara sempurna, 3) Pengungkapan berdasarkan indeks GRI memiliki skor yang lebih baik dibandingkan indeks ISR.

2.1.4 Pengembangan Hipotesis Penelitian

Seiring dengan adanya tren global akan praktik CSR, meskipun praktik CSR lebih banyak dilakukan oleh perusahaan tambang dan manufaktur, industri perbankan juga telah menuliskan aspek pertanggungjawaban sosial dalam laporan tahunannya walaupun dalam bentuk yang relatif sederhana. Pengungkapan tersebut tidak hanya dilakukan oleh perbankan konvensional tetapi juga dilakukan oleh perbankan syariah. (Fitria dan Hartanti, 2010)

Perbankan syariah merupakan sektor yang patut diperhitungkan. Sepanjang tahun 2010 perbankan syariah tumbuh dengan volume usaha yang tinggi yaitu sebesar 43,99% meningkat dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya yaitu sebesar 26,55% dengan pertumbuhan dana yang dihimpun maupun pembiayaan yang juga relatif tinggi dibandingkan periode yang sama tahun 2009 (Bank Indonesia, 2010). Menurut Fitria dan Hartanti, 2010 menjelaskan bahwa lembaga yang menjalankan bisnisnya berdasarkan syariah pada hakekatnya mendasarkan pada filosofi dasar Al- Qur'an dan Sunnah.

Hal ini menjadikan dasar bagi pelakunya dalam berinteraksi dengan lingkungan dan sesamanya. Mengingat dasar filosofi tersebut bersifat religius, maka diyakini bahwa hubungan yang ada akan lebih bersifat berkelanjutan dibandingkan pola konvensional. Dusuki dan Dar (2005) mengatakan bahwa pada perbankan syariah, tanggung jawab sosial sangat relevan untuk dibicarakan mengingat beberapa faktor berikut; perbankan syariah berlandaskan syariah yang meminta mereka untuk beroperasi dengan landasan moral, etika, dan tanggung jawab sosial. Selain itu, adanya prinsip atas ketaatan pada perintah Allah dan khalifah,

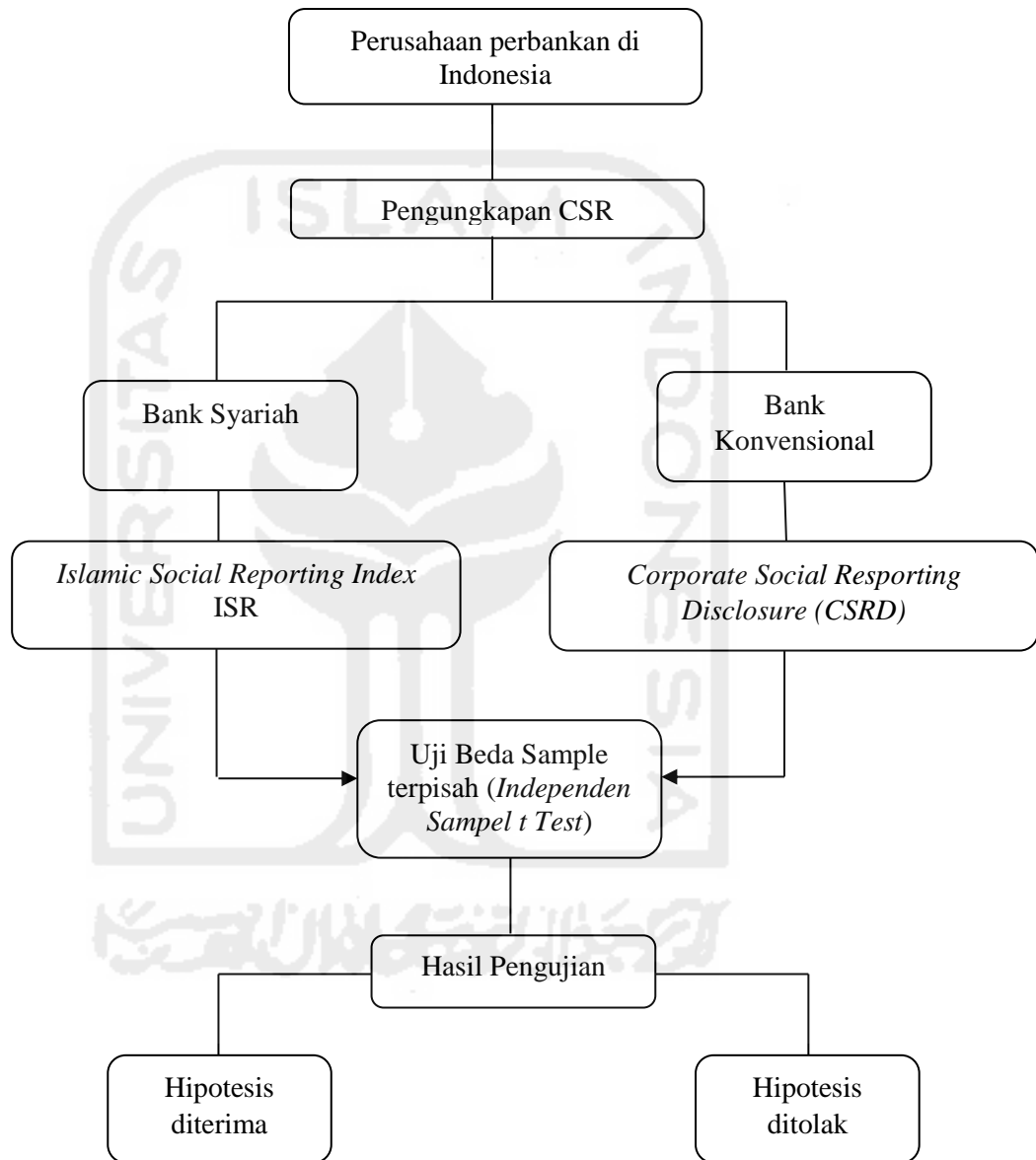
dan yang terakhir adanya prinsip atas kepentingan umum, yang terdiri dari penghindaran dari kerusakan dan kemiskinan.

Hasil penelitian Fitria dan Hartanti (2010) menemukan bahwa Bank konvensional memiliki pengungkapan yang lebih baik dibandingkan bank syariah. Sementara dalam penelitian Fauzian dan Yudho (2013) menemukan bahwa skor indeks IRS pada perbankan syariah cukup tinggi dengan IRS tertinggi adalah Bank Muamalat Indonesia dengan skor 73% dan skor terendah adalah Bank Panin Syariah dengan skor 41%. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis penelitian ini adalah :

H1: Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada bank syariah lebih tinggi dibandingkan pengungkapan CSR pada bank konvensional.

2.1.5 Kerangka Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan telaah penelitian sebelumnya maka dapat digambarkan kerangka pemikiran seperti pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian