

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

Perkembangan *corporate social responsibility* di Indonesia Saidi dan Abidin (2004) dalam Suharto (2006) mengatakan bahwa sedikitnya ada empat model atau pola penerapan CSR yang biasanya diterapkan oleh perusahaan di Indonesia, yaitu: (1) Keterlibatan langsung, (2) Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan, (3) Bermitra dengan pihak lain dan terakhir (4) Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium. Hasil survei penelitian yang dilakukan oleh mereka menunjukkan bahwa model yang paling banyak digunakan perusahaan sebagai suatu sarana penerapan CSR adalah dengan bermitra dengan pihak lain atau lembaga sosial. Hal ini terbukti dari total 279 kegiatan penerapan CSR yang sedang dilakukan perusahaan, 144 kegiatan diantaranya (51,6%) dilakukan melalui bermitra dengan lembaga sosial dengan total dana teralokasi sebesar 79 miliar rupiah.

Dapat dikatakan secara umum perkembangan CSR di Indonesia telah mengalami peningkatan baik dalam kuantitas maupun kualitas dibandingkan dari tahun-tahun sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh PIRAC pada tahun 2001 menunjukkan bahwa dana CSR mencapai lebih dari 115 miliar rupiah dari 180 perusahaan yang disalurkan untuk 279 kegiatan sosial (Said dan Abidin, 2004, dalam Suharto, 2006). Angka rata-rata perusahaan yang

menyumbangkan dana bagi kegiatan CSR adalah sekitar 640 juta rupiah. Kegiatan CSR berdasarkan survei yang dilakukan oleh Kementerian Negara Lingkungan Hidup dinyatakan bahwa sampai tahun 2006 belum ada 2% dari seluruh perusahaan kelas menengah dan besar di Indonesia yang menerapkan CSR secara berkesinambungan. Sebagai perbandingan, pada tahun 2000 Amerika Serikat mempunyai dana CSR yang mencapai 2.030 triliun rupiah [Saidi dan Abidin (2004) dalam Suharto (2006)]. Hal ini mengindikasikan masih rendahnya kesadaran perusahaan dalam penerapan CSR.

### **1. Tren Pelaporan CSR di Dunia dan di Indonesia**

Berdasarkan survei 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 survei tersebut juga memperlihatkan bahwa pelaporan CSR tersebut kebanyakan dilakukan sebagai pelapor 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.

Di Indonesia, CSR merupakan konsep yang paling banyak diterapkan dalam tataran strategis perusahaan-perusahaan di Indonesia dan masyarakat merasa perlu agar perusahaan melakukan aktivitas CSR (Majalah Swa, 2005). Penelitian empiris juga memperlihatkan bahwa terjadi peningkatan pengungkapan social 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).

## **2. 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, social dan lingkungan dengan baik demi pembangunan yang berkelanjutan (Wibisono, 2007). Dari sisi filosofi konvensional, terdapat beberapa teori yang melatar belakangi pelaksanaan CSR dalam perusahaan, yaitu:

#### **a. 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.

#### **b. 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.

#### **c. 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).

#### **d. 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).

#### e. 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).

### 3. Konsep *Corporate Social Responsibility* Dalam Islam

Islam sebagai cara hidup memberikan panduan bagi umatnya untuk beradaptasi dan berkembang sesuai dengan zamannya. 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). 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 ketimbang 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 RidhoNya (Al Attas, 1996). Sehingga hubungan dan tanggungjawab antara manusia dengan Allah ini akan melahirkan kontrak

religijs (*divine contract*) yang lebih kuat dan bukan sekedar kontrak sosial belaka (Osman, 2001).

Menurut Sayyid Qutb, Islam mempunyai prinsip pertanggungjawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya. 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:

1. Pelaku-Pelaku Organisasi, meliputi:
  - a. Hubungan Perusahaan dengan Pekerja(QS. An-nisa ayat 149)
  - b. Hubungan Pekerja dengan Perusahaan
  - c. Hubungan Perusahaan dan Pelaku Usaha Lain; distributor, konsumen, pesaing.
2. Lingkungan Alam(QS. Al-A'raf ayat 56)
3. Kesejahteraan Sosial Masyarakat

Beberapa prinsip Islam dalam menjalankan bisnis yang berkaitan dengan CSR:

1. Menjaga lingkungan dan melestarikannya ( Surat Al-Maidah ayat 32)
2. Upaya untuk menghapus kemiskinan (Surat Al-Hasyr ayat 7)
3. Mendahulukan sesuatu yang bermoral bersih daripada sesuatu yang secara moral kotor, walaupun mendatangkan keuntungan yang lebih besar (Surat Al-Maidah ayat 103)
4. Jujur dan amanah (Surat Al-Anfal ayat 27)

#### **4. 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.

## B. Penelitian Terdahulu dan Hipotesis

Penelitian terdahulu pernah dilakukan pada tahun 2010 yang dilakukan oleh Soraya Fitri dan Dwi Hartanti dengan judul Islam Dan Tanggung Jawab Sosial : Studi Perbandingan Pengungkapan Berdasarkan *Global Reporting Initiative* Indeks Dan *Islamic Social Reporting* Indeks. 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.
4. Secara garis besar, indikator-indikator ISR telah cukup mewakili indikator-indikator GRI tahun 2006 namun indikator-indikator GRI tahun 2006 memiliki rincian yang lebih detail dan komprehensif dibandingkan indikator-indikator indeks ISR sehingga pengungkapan yang dihasilkan pun sangat terbatas.
5. Indeks ISR dapat dikonvergensi ke dalam indeks GRI tahun 2006 tetapi hal ini membutuhkan diskusi lebih lanjut dari para *standard setter*.

6. 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.

Berdasarkan uraian teori-teori diatas, penelitian ini mengajukan beberapa hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 1: Pengungkapan CSR di bank konvensional dengan menggunakan indeks GRI lebih baik dibandingkan pengungkapan CSR di bank syariah.

Hipotesis 2: Pengungkapan CSR di bank syariah dengan menggunakan indeks ISR lebih baik ketimbang pengungkapan dengan menggunakan indeks GRI.