

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Deskripsi Teori

##### 1. Teori Stakeholder

Suatu kelompok atau perorangan yang memberikan pengaruh atas pencapaian perusahaan disebut dengan *stakeholder*. Teori *stakeholder* menegaskan pada kewajiban organisasi yang jauh lebih penting dari kinerja keuangan atau ekonomi.<sup>1</sup> Teori *stakeholder* mengungkapkan bahwa organisasi dengan sukarela mengungkapkan informasi tentang kinerja lingkungan sosial dan intelektual perusahaan di atas permintaan wajibnya untuk memenuhi harapan yang diakui oleh pemangku kepentingan. Berdasarkan teori *stakeholder* yaitu yang mempunyai bidang etika atau moral dan manajerial. Bidang etika berpendapat bahwa semua pemangku kepentingan mempunyai kesempatan diperlakukan adil oleh pihak perusahaan dan manajer yang mampu melaksanakan pengelolaan organisasi untuk kepentingan semua pemangku kepentingan. Berdasarkan ini, tujuan utama dari teori *stakeholder* untuk memberikan dukungan kepada manajer perusahaan dalam hal peningkatan terhadap nilai berdasarkan dampak dari aktivitas dan dapat memperkecil kerugian bagi pemangku kepentingan. Berdasarkan hasil atau kenyataan inti dari seluruh teori yang terdapat untuk hal yang terjadi ketika hubungan perusahaan dan *pemangku kepentingan* berjalan masing-masing.<sup>2</sup>

Berdasarkan teori *stakeholder*, yang menganggap bahwa keberadaan suatu perusahaan memerlukan dukungan dari *stakeholders* agar dalam kegiatan suatu perusahaan dapat menimbangakan persetujuan *stakeholders*. Dapat dikatakan bahwa dengan kuatnya *stakeholder*, perusahaan harus melakukan adaptasi dengan struktur hal ini menunjukkan bahwa dalam mengungkapkan program *corporate social responsibility* (CSR) atau tanggung jawab suatu perusahaan

---

<sup>1</sup> C. Rankin Deegan., dkk, "Firms' Disclosure Reactions to Major Social Incidents: Australian Evidence," *Accounting Forum* 24, no. 1 (2000): 101–30,

<sup>2</sup> Sri Rokhlinasari, "Teori-Teori Dalam Pengungkapan Informasi Corporate Social Responsibility Perbankan," *Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon* 7, no. 1 (2015): 6.

kemudian dipandang sebagai dialog antara perusahaan dan pemangku kepentingan. Berbagai faktor yang menekan perusahaan untuk terus perhatian terhadap kepentingan *stakeholders* yaitu permasalahan lingkungan yang menyangkut tentang kualitas hidup masyarakat, berdasarkan era globalisasi dimana produk yang dijual harus ramah lingkungan. Saat sekarang ini, banyak investor yang semakin vocal dalam memberi kritik terhadap perusahaan, maka dari itu mereka lebih memilih perusahaan yang memiliki program pengembangan kebijakan terhadap lingkungan.<sup>3</sup>

## 2. Teori Legitimasi

Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi secara berkelanjutan mencari cara untuk menjamin adanya operasi dari organisasi tersebut dan berada dalam batas yang normal yang berlaku di lingkungan masyarakat. Berdasarkan perspektif teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan dengan sukarela akan melaporkan kegiatannya dalam pengelolaan dan menganggap bahwa hal tersebut merupakan sesuatu yang diharapkan dimasyarakat.<sup>4</sup> Teori legitimasi bertumpu pada asumsi bahwa perusahaan yang beroperasi dan masyarakat sekitar memiliki kontrak sosial dimana hal tersebut merupakan metode untuk memberi kejelasan terhadap harapan besar masyarakat tentang suatu organisasi dalam menjalankan operasi sebagaimana seharusnya. Atas dasar teori legitimasi organisasi secara berkelanjutan harus menunjukkan sesuatu yang berkaitan dengan perilaku sesuai dengan nilai sosial. Organisasi atau perusahaan dapat menggunakan pengungkapan untuk menunjukkan kepedulian manajemen terhadap nilai-nilai sosial atau mengarahkan perhatian komunitas ke adanya efek negatif dari aktivitas organisasi. Kesimpulan dari teori legitimasi adalah memiliki penekanan yang berbeda pada subjek yang dapat mempengaruhi sejauh mana pengungkapan informasi dalam laporan keuangan perusahaan dibandingkan dengan teori *stakeholder*. Jika dibandingkan dengan teori *stakeholder*, yang mengasumsikan posisi *stakeholders* yang

---

<sup>3</sup> Sri Rokhlinasari, "Teori-Teori Dalam Pengungkapan Informasi Corporate Social Responsibility Perbankan," *Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon* 7, no. 1 (2015): 6-7.

<sup>4</sup> Deegan C, *Financial Accounting Theor*, (Sidney: Mcgraw Hill Book Company, 1999), 35.

dianggap memiliki kekuasaan. Sedangkan secara teori legitimasi penempatan persepsi atas pengakuan publik dijadikan sebagai dorongan utama untuk setiap informasi yang diungkap ketika laporan kinerja keuangan, sudah termasuk pengungkapan tanggung jawab sosial suatu perusahaan.<sup>5</sup>

### 3. Kepemilikan Saham Publik

Kepemilikan saham publik yaitu porsi saham yang dipunyai oleh para publik atau masyarakat akan suatu saham. Arti dari publik yakni lembaga maupun perorangan yang memiliki saham kurang dari 5% yang berasal dari luar manajemen juga tidak ada hubungan yang khusus kepada perusahaan. Kelompok pemegang saham ini dikenal sebagai pemegang saham publik. Pemegang saham publik adalah kelompok yang minoritas.<sup>6</sup>

Berdasarkan Keputusan Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Nomor: KEP-431/BL/2012 tentang penyampaian laporan tahunan emiten atau perusahaan publik, khususnya poin 10 tentang nama pemegang saham dan persentase kepemilikannya pada akhir tahun buku yang terdiri dari: Pemegang saham yang memiliki 5% (lima perseratus) atau lebih saham emiten atau perusahaan publik, Komisaris dan Direktur yang memiliki saham emiten atau perusahaan publik, dan Kelompok pemegang saham masyarakat, yaitu kelompok pemegang saham yang masing-masing memiliki kurang dari 5% (lima perseratus) saham emiten atau perusahaan publik.<sup>7</sup>

Pemegang saham publik merupakan pihak yang tidak mempunyai kendali atas perusahaan. Oleh karena itu pemegang saham publik memerlukan proteksi investasi yang mereka tanam, proteksi ini dapat berdampak kapan informasi keuangan dan non keuangan laporan tahunan yang

---

<sup>5</sup> Sri Rokhlinasari, Teori-Teori dalam Pengungkapan Informasi *Corporate Social Responsibility* Perbankan, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah IAIN Syeikh Nurjati Cirebon* 7, No.1 (2015): 6-7.

<sup>6</sup> Shifa Putri Hamdani.,dkk, “Kepemilikan Saham Publik Dan *Return On Assets* Tethadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”, *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer* 9, no. 1, (2017): 49.

<sup>7</sup> Sairin, “Analisis Pengaruh Kepemilikan Publik, Kepemilikan Asing Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di BEI),” *JURNAL MADANI*, 1, no. 2 (2018), 329.

bermanfaat untuk pengambilan keputusan. Dalam suatu perusahaan, apabila tingkat kepemilikan saham yang dimiliki investor publik lebih besar, maka pengawasan dari publik juga lebih besar sehingga dapat mencegah manajer untuk bertindak oportunistik. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat kepemilikan saham publik maka tingkat totalitas pengungkapan pada laporan tahunan akan semakin tinggi pula.<sup>8</sup>

Kepemilikan publik menunjukkan besarnya informasi internal yang harus disampaikan manajer kepada publik. Informasi yang semula hanya diketahui oleh manajer, seperti standar yang digunakan dalam mengukur kinerja perusahaan, perencanaan bonus, dan sebagainya. Semakin besar presentase saham yang ditawarkan kepada publik, maka semakin besar informasi yang harus diungkapkan kepada publik sehingga kemungkinan dapat mengurangi intensitas terjadinya manajemen laba. Oleh karena itu kepemilikan saham publik dianggap berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang nantinya diharapkan akan meningkatkan nilai perusahaan.<sup>9</sup>

#### 4. Karakteristik Perusahaan

Karakteristik perusahaan merupakan suatu ciri yang melekat pada suatu perusahaan, sehingga perusahaan dapat dikenali dengan adanya hal yang melekat tersebut. Karakteristik perusahaan dapat berupa ukuran perusahaan (*size*), *leverage*, jenis industri, serta profil dan karakteristik lainnya. Setiap perusahaan memiliki karakteristik yang berbeda dengan perusahaan lainnya. Adanya suatu perbedaan pada karakteristik perusahaan ini, diduga akan berpengaruh terhadap besarnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, karena karakteristik perusahaan juga berkaitan dengan kemampuan perusahaan baik segi

---

<sup>8</sup> Monica Soejoto, "Pengaruh Struktur Kepemilikan Publik Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan-Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI" (Skripsi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2017), 6.

<sup>9</sup> Anita Wahyu Indrasti, "Pengaruh Struktur Kepemilikan Publin Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi, Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga Dan Peralatan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2010-2013," *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 3, no. 2 (2014), 119.

finansial atau non finansial.<sup>10</sup> Dalam penelitian ini, karakteristik perusahaan akan diproksikan ke dalam profitabilitas ukuran perusahaan, *leverage*, ukuran dewan komisaris, yang dimiliki oleh perusahaan. Berikut ini akan dijelaskan setiap karakteristiknya:

**a. Profitabilitas**

Profitabilitas yaitu kecakapan perusahaan dalam mendatangkan keuntungan. Sering dijelaskan bahwa semakin besar rasio profitabilitas maka perusahaan akan semakin *profitable*, sedangkan semakin kecilnya rasio profitabilitas menunjukkan bahwa perusahaan tidak *profitable*. Beberapa rasio yang tergolong dalam profitabilitas yaitu sebagai berikut:<sup>11</sup>

- 1) *Gross profit margin* yaitu menunjukkan kecakapan perusahaan mendatangkan laba kotor dari penjualannya. Semakin besar margin laba kotor maka semakin menguntungkan perusahaan, sedangkan semakin kecil margin laba kotor maka semakin kurang menguntungkan perusahaan.
- 2) *Operating profit margin* yaitu kecakapan perusahaan dalam mendatangkan laba operasi dan penjualan. Semakin besar margin keuntungan operasi maka semakin menguntungkan perusahaan dan sebaliknya semakin kecil margin keuntungan operasi maka perusahaan akan semakin kurang menguntungkan.
- 3) *Net profit margin* yaitu kecakapan perusahaan dalam mendatangkan laba bersih dari penjualannya. Besarnya margin laba bersih yang bertambah maka semakin menguntungkan perusahaan dan semakin kecil margin laba bersih maka perusahaan akan semakin kurang menguntungkan.
- 4) *Return on asset* yaitu kecakapan perusahaan dalam mendatangkan laba bersih dan aset. Besarnya tingkat pengembalian aset yang bertambah, semakin menguntungkan perusahaan dan semakin kecil

---

<sup>10</sup> Marfuah dan Yuliawan Dwi Cahyono, "Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial," *Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia* 15, no. 1 (2011):106,

<sup>11</sup> Mokhammad Anwar, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*, (Jakarta: Kencana, 2019), 176-178.



tingkat pengembalian aset, semakin kurang menguntungkan perusahaan.

- 5) *Return on equity* yaitu kecakapan perusahaan dalam mendatangkan laba bersih atas modal yang dimilikinya. Semakin besar *return on equity*, semakin menguntungkan perusahaan, sedangkan semakin kecil *return on equity*, semakin kecil keuntungan perusahaan.

Profitabilitas sangat penting digunakan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan dan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang. Oleh karena itu, perusahaan atau badan usaha akan selalu meningkatkan profitabilitas karena semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin tinggi kinerja perusahaan dalam mengelola aset dan semakin tinggi pula kelangsungan hidup perusahaan.

Profitabilitas suatu perusahaan akan mempengaruhi kebijakan investor atas investasi yang dilakukan. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba akan dapat menarik investor untuk menanamkan dananya guna mengembangkan usahanya, sebaliknya tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan investor menarik dananya. Sedangkan bagi perusahaan itu sendiri, profitabilitas dapat dijadikan sebagai evaluasi atas efektifitas pengelolaan badan usaha tersebut.<sup>12</sup>

#### **b. Ukuran Perusahaan**

Menurut Muhammad Tamrin dan Bahtiar Maddatuang ukuran perusahaan adalah cerminan dari total aset, total modal, dan total dari penjualan yang dimiliki suatu perusahaan. Sehingga perusahaan berdasarkan ukurannya dapat dibedakan dalam dua jenis yaitu perusahaan dengan skala kecil dan perusahaan dengan skala besar.<sup>13</sup> Definisi yang sama menyatakan bahwa ukuran perusahaan diyakini dapat memberi pengaruh luasnya penguasaan *corporate*

---

<sup>12</sup> Aulia Rizki Arjanggie, “Pengaruh Profitabilitas Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan” (Skripsi, Universitas Diponegoro, 2015), 12.

<sup>13</sup> Muhammad Tamrin dan Bahtiar Maddatuang, *Penerapan Konsep Good Corporate Governace Dalam Industri Manufaktur Di Indonesia*, (Bogor: IPB, 2019), 70.

*social responsibility*. Ukuran perusahaan yang besar mengungkapkan cara lebih komprehensif di dalam laporan tahunan. Perusahaan besar menarik perhatian berbagai pihak seperti pemasok, pelanggan, dan analisis, karenanya dengan ukuran perusahaan yang besar harus memberikan informasi yang lebih banyak mengenai kegiatannya dari perusahaan kecil.<sup>14</sup>

Ukuran perusahaan dapat dinilai dari beberapa aspek. Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat didasarkan pada nilai total aset, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya. Semakin besar nilai item-item tersebut, semakin besar ukuran perusahaan. Semakin besar aset, semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan, semakin banyak peredaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar, semakin dikenal di masyarakat.<sup>15</sup>

**c. Leverage**

*Leverage* yaitu rasio yang menunjukkan penggunaan utang dan kecakapan perusahaan untuk membayarkan hutangnya. Utang dianggap sebagai *leverage* yang dapat memperbesar kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi adalah perusahaan yang sangat mengandalkan pinjaman luar untuk membiayai asetnya sehingga perusahaan akan melaporkan laba yang sebesar-besarnya dan menekan biaya termasuk biaya untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan perusahaan dengan tingkat *leverage* yang rendah adalah perusahaan yang membiayai sendiri aset perusahaannya lebih banyak sehingga perusahaan memiliki biaya yang cukup untuk mengungkapkan

---

<sup>14</sup> Bambang Subroto, *Pengungkapan Wajib Perusahaan Publik*, (Malang: UB Press, 2014), 36.

<sup>15</sup> Niken Savitri Primasari dan Mohammad Ghofirin, "Audit Report Lag, Audit Tenure, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Volatilitas Performa Saham," *Jurnal Inovasi Penelitian* 1, no. 8 (2021), 1621.

tanggung jawab sosial.<sup>16</sup> Beberapa rasio yang tergolong rasio *leverage* diantaranya yaitu sebagai berikut:<sup>17</sup>

- 1) *Debt Ratio* yaitu perbandingan antara utang dengan aktiva perusahaan, semakin besar angka rasio perusahaan maka perusahaan semakin beresiko karena adanya kewajiban yang semakin membesar, dan sebaliknya semakin kecil angka rasio menunjukkan bahwa perusahaan memiliki risiko yang rendah.

$$\text{Debt Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$$

- 2) *Time Interest Earned Ratio* yaitu kemampuan perusahaan dari hasil operasinya mampu menutup biaya bunganya. EBIT dalam hal ini merupakan *earning before interest and tax* atau laba sebelum bunga dan pajak. *Interest* adalah beberapa biaya bunga yang dibayarkan perusahaan. Semakin besar angka rasio menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam membayar biaya bunga utangnya makin tinggi, dan sebaliknya makin rendah angka rasio maka menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam membayar biaya bunga semakin kecil.

$$\text{TIER} = \frac{\text{Laba sebelum pajak dan bunga}}{\text{Beban Bunga}}$$

- 3) *Debt to Equity Ratio* atau Rasio Hutang terhadap Ekuitas merupakan rasio keuangan yang menunjukkan proporsi relatif antara Ekuitas dan Hutang yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan. *Debt to Equity Ratio* (DER) atau Rasio Hutang Terhadap Ekuitas ini dihitung dengan cara mengambil total kewajiban hutang (*Liabilities*) dan membaginya dengan Ekuitas (*Equity*).

---

<sup>16</sup> Hesti Dyah Permatasari, "Pengaruh *Leverage*, Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility*" (Skripsi, Universitas Diponegoro, 2014), 19-20.

<sup>17</sup> Mokhammad Anwar, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*, (Jakarta: Kencana, 2019), 175-176.



$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

#### d. Ukuran Dewan Komisaris

Dewan Komisaris merupakan dewan atau pihak-pihak yang memiliki kewajiban untuk melakukan pemantauan dan evaluasi serta memberikan keputusan dan persetujuan yang telah dirancang oleh dewan direksi. Hal tersebut menjadikan dewan komisaris memiliki kewenangan atas keputusan yang dibuat untuk memajukan perusahaan. Sehingga semakin besar ukuran dewan komisaris, maka semakin mudah bagi direksi untuk mengontrol dan mengawasi.<sup>18</sup>

Penentuan jumlah dewan komisaris harus setidaknya tiga orang dan paling setara dengan jumlah anggota dewan direksi yang terdiri dari komisaris dan komisarin independen. Keberadaan Komisaris Independen ini bertujuan untuk menciptakan iklim yang obyektif.<sup>19</sup> Keberadaan komisaris independen mensyaratkan bahwa dapat dinetral bagi semua kebijakan yang diatur atasan. Maka adanya dewan komisaris lebih condong ke perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi luas untuk para pemangku kepentingan. Maka semakin besar porsi dewan komisaris di perusahaan bisa memberi dorongan mengungkap informasi sosial serta lingkungan yang lebih luas lagi.<sup>20</sup> Dewan komisaris dapat diukur melalui jumlah anggota dewan komisaris yang terdapat dalam perusahaan. Sehingga ukuran dewan komisaris dinyatakan dalam:

---

<sup>18</sup> Martha Yurdila J, H. Mukhzarudf, Wiralestari, "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dewan Komisaris, Leverage, Dan Pengungkapan Media Terhadap Penungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Yang Go Public Dan Listing Di Bursa Efek Indonesia (BEI), (2018), 16.

<sup>19</sup> Mal Al Abdullah, *Corporate Governance Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Yogyakarta: Ar Ruzz Media, 2010), 76.

<sup>20</sup> Fanny Liani dan Yusrizal, "Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016," *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi* 3, no. 2 (2019): 163.

Ukuran dewan komisaris = jumlah anggota dewan komisaris

## 5. Corporate Social Responsibility (CSR)

### a. Teori *Corporate Social Responsibility* (CSR)

*Corporate social responsibility* atau CSR diartikan suatu keterikatan usaha dalam bekerja sama dalam pengembangan ekonomi yang berlanjutan, bekerjasama dengan para pegawai, keluarga para pegawai, serta masyarakat sekitar untuk meningkatkannya kualitas hidup.<sup>21</sup> CSR merupakan usaha perusahaan untuk mengangkat citra di mata masyarakat dengan adanya kegiatan beramal yang dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal, yaitu perusahaan memperlihatkan kepedulian terhadap masyarakat sekitar melalui kemitraan yang menyangkut seluruh pemangku kepentingan atau *stakeholders*. Sedangkan secara internal, dengan melakukan produksi yang baik agar mendapat laba yang lebih demi kesejahteraan para pegawai.<sup>22</sup>

Tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) merupakan suatu konsep yang dilaksanakan perusahaan untuk tanggung jawabnya secara sosial kepada lingkungan disekitar perusahaan. CSR sebagai suatu komitmen dalam dunia usaha agar tetap beretika, menjalankan operasionalnya secara sah dan turut serta pada pertumbuhan perekonomian seiring dalam proses perbaikan kualitas kehidupan masyarakat.<sup>23</sup>

Pengertian CSR menurut *The World Business Council For Sustainable Development* (WBCSD) mendefinisikan CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan ialah keterikatan bisnis untuk bekerja sama pada pembangunan perekonomian secara berkelanjutan,

---

<sup>21</sup> Alex Gunawan, *Membuat Program CSR Berbasis Pemberdayaan Parsipatif*, (Yogyakarta: Garuda, 2014), 1.

<sup>22</sup> Muhammad Abdul Ghani, *Model CSR Berbasis Komunitas Integrasi Penetapan Tanggung Jawab Dan Lingkungan Korporasi*, (Bogor: IPB Press, 2016), 23.

<sup>23</sup> Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2009, hlm. 180

bekerja sama dengan karyawan, keluarga dari karyawan, dan masyarakat setempat untuk berusaha membangun kualitas hidup. Definisi lain menjelaskan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan komitmen perusahaan dalam hal usaha mensejahterakan masyarakat lewat kegiatan bisnis secara tepat dan berkontribusi sebagai sumber daya perusahaan.<sup>24</sup>

Sedangkan berdasarkan kamus istilah ekonomi menjelaskan bahwa *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan keberhasilan perusahaan untuk mencapai laba tanpa mengabaikan etika dalam bisnis dan peduli kepada kondisi sosial masyarakat dan berprinsip ramah terhadap lingkungan.<sup>25</sup> Berdasar beberapa pengertian yang sudah diterangkan sebelumnya bisa diartikan bahwa *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial dari suatu perusahaan adalah suatu keterikatan perusahaan dalam bantuan jangka panjang terhadap masalah tertentu yang ada di lingkungan masyarakat agar terciptanya kehidupan yang lebih baik. Bantuan tersebut meliputi beberapa hal antara lain bantuan finansial, tenaga ahli dari perusahaan, serta barang lain yang dibutuhkan.

**b. Bentuk Program Corporate Social Responsibility (CSR)**

*Corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial dari suatu perusahaan adalah komitmen berkelanjutan dari bisnis untuk bertindak etis dan melakukan kontribusi pada pembangunan sektor ekonomi.<sup>26</sup> Salah satu wujud adanya *corporate social responsibility* dalam tata kelola perusahaan adalah ajaran yang menghendaki perusahaan sebagai elemen masyarakat dan memperhatikan kesejahteraan lingkungan.<sup>27</sup> Terdapat beberapa bentuk kegiatan

---

<sup>24</sup> Muhammmad Abdul Ghani, *Model CSR Berbasis Komunitas Integrasi Penetapan Tanggung Jawab Dan Lingkungan Korporasi*, (Bogor: IPB Press, 2016), 24-25.

<sup>25</sup> Eti Rohaety dan Ratih Tresnati, *Kamus Istilah Ekonomi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 60.

<sup>26</sup> Edward Russell dan Wailling, *50 Terobosan Manajemen Yang Perlu Anda Ketahui*, Ter. Dedes Prastya, (Jakarta: Erlangga, 2008), 45.

<sup>27</sup> Irfan Noor Adham, *Tanggung Jawab Sosial Bank Islami Teori Dan Praktik*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010), 1.

*corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan sebagai berikut:<sup>28</sup>

1) *Cause promotions*

*Cause promotion* dapat dilakukan dalam bentuk peningkatan kesadaran masyarakat dan konsumen terhadap beberapa permasalahan yaitu dengan mengikut sertakan masyarakat agar dapat membantu dalam hal pencegahan dan penanggulangan apabila terjadi sesuatu hal. Turut menyertakan masyarakat dalam berbagai acara yang berkaitan dengan masyarakat.<sup>29</sup>

2) *Cause related marketing*

*Cause related marketing* yakni perusahaan menganjurkan kepada warga untuk melakukan pembelian dan penggunaan produk ataupun jasa yang mana sebagian keuntungannya bisa disumbangkan untuk membantu sesama. *Cause related marketing* dapat diwujudkan bilamana setiap penjualan, persentase tertentu akan disumbangkan pada setiap pembukaan rekening, kemudian beberapa rupiahnya akan didonasikan.<sup>30</sup>

3) *Corporate social marketing*

*Corporate social marketing* yakni perusahaan yang bertujuan merubah perilaku masyarakat ketika ada sesuatu masalah. Secara umum, *corporate social marketing* fokusnya untuk bidang yang terkait dengan kesehatan dan keselamatan. Hal ini dapat dibuktikan dengan program voting dalam pemilu, dan perlindungan hak-hak hewan dan sebagainya.<sup>31</sup>

---

<sup>28</sup> Muhammad Abdul Ghani, *Model CSR Berbasis Komunitas Integrasi Penetapan Tanggung Jawab Dan Lingkungan Korporasi*, (Bogor: IPB Press, 2016), 27-32.

<sup>29</sup> Muhammad Abdul Ghani, *Model CSR Berbasis Komunitas Integrasi Penetapan Tanggung Jawab Dan Lingkungan Korporasi*, (Bogor: IPB Press, 2016), 27-28

<sup>30</sup> Muhammad Abdul Ghani, *Model CSR Berbasis Komunitas Integrasi Penetapan Tanggung Jawab Dan Lingkungan Korporasi*, (Bogor: IPB Press, 2016), 28.

<sup>31</sup> Muhammad Abdul Ghani, *Model CSR Berbasis Komunitas Integrasi Penetapan Tanggung Jawab Dan Lingkungan Korporasi*, (Bogor: IPB Press, 2016), 28-29.

4) *Corporate philanthropy*

*Corporate philanthropy* yaitu tanggung jawab sosial oleh perusahaan berupa pemberian bantuan dalam bentuk sarana dan jasa serta dalam bentuk dana yang diserahkan secara langsung kepada pihak yang membutuhkan baik kepada instansi, perseorangan maupun kelompok tertentu. Selain itu perusahaan menyediakan barang atau produk berupa peralatan sekolah untuk anak yang tidak mampu, dan bantuan imunisasi kepada anak-anak yang berada di daerah yang membutuhkan akses lebih.

Pemberian izin penggunaan fasilitas atau jalur distribusi milik perusahaan yang dapat dilakukan dengan menyediakan ruangan khusus untuk dijadikan tempat produk lokal. Sehingga masyarakat memiliki ruang dalam mengembangkan dan mengenalkan usaha yang kepada pihak lain untuk melakukan kerja sama ataupun memasarkan produk dan jasa yang dikelola.<sup>32</sup>

5) *Corporate volunteering*

*Corporate volunteering* yakni bentuk *corporate social responsibility* dimana perusahaan memberikan dorongan karyawan untuk terlibat dalam kegiatan CSR perusahaan yaitu dengan berkontribusi berupa tenaga dan waktu. Bisa menjadi staf pengajar, instruktur pelatihan dan sebagainya yang berhubungan dengan meluangkan tenaga dan waktu.

Perusahaan memberikan dukungan kepada karyawannya untuk mengikuti program tanggung jawab sosial perusahaan lembaga lain dimana program tanggungjawab sosial perusahaan tersebut telah disesuaikan dengan minat dan bakat karyawan.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Muhammad Abdul Ghani, *Model CSR Berbasis Komunitas Integrasi Penetapan Tanggung Jawab Dan Lingkungan Korporasi*, (Bogor: IPB Press, 2016), 29.

<sup>33</sup> Muhammad Abdul Ghani, *Model CSR Berbasis Komunitas Integrasi Penetapan Tanggung Jawab Dan Lingkungan Korporasi*, (Bogor: IPB Press, 2016), 29-30.



6) *Social responsibility business*

*Corporate social responsibility* dapat meningkatkan kesejahteraan sosial dan laba dalam bisnis.<sup>34</sup> *Social responsibility business* dimanfaatkan untuk merubah seluruh sistem operasional sebagai pengurangan atas dampak buruk yang terjadi pada lingkungan dan masyarakat. Hal ini dapat dikerjakan melalui proses perbaikan seperti penyaringan air limbah sebelum dibuang ke luar ruangan agar zat yang berbahaya untuk lingkungan bisa di saring dengan catatan tetap menggunakan penyaringan yang bisa di daur ulang. Memilih distributor yang memenuhi persyaratan dalam menjaga lingkungan, ini dapat dilakukan seperti melakukan penjualan dengan pembatasan usia, biasanya penjualan produk tertentu dibatasi pada anak yang memasuki usia 18 tahun.<sup>35</sup>

c. **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Beragam latar belakang yang menjadi sumber motivasi perusahaan melaksanakan program CSR. Sehingga menjadikan CSR sebagai keputusan dalam berbisnis dengan tidak dikarenakan oleh suatu hal kecuali karena hal tersebut baik untuk keberlangsungan bisnis.<sup>36</sup> Alasan yang mendasari timbulnya motivasi atau faktor dalam impelmentasi CSR berasal dari pemegang saham, CEO atau bahkan telah menjadi kebijakan perusahaan. Tertuang dalam visi dan misi setidaknya terdapat empat motif atau faktor utama perusahaan melaksanakan program CSR yaitu sebagai berikut:<sup>37</sup>

---

<sup>34</sup> Edward Russell dan Walling, *50 Terobosan Manajemen Yang Perlu Anda Ketahui*, Terj. Dedes Prasetya (Jakarta: Erlangga, 2008), 44.

<sup>35</sup> Muhammad Abdul Ghani, *Model CSR Berbasis Komunitas Integrasi Penetapan Tanggung Jawab Dan Lingkungan Korporasi*, (Bogor: IPB Press, 2016), 30-31.

<sup>36</sup> Edward Russell dan Walling, *50 Terobosan Manajemen Yang Perlu Anda Ketahui*, Terj. Dedes Prasetya (Jakarta: Erlangga, 2008), 45.

<sup>37</sup> Muhammad Abdul Ghani, *Model CSR Berbasis Komunitas Integrasi Penetapan Tanggung Jawab Dan Lingkungan Korporasi*, (Bogor: IPB Press, 2016), 95-98.

1) *Philanthropic*

Tanggung jawab filantropis atau *philanthropic* merupakan kemampuan korporasi untuk memenuhi harapan masyarakat terkait kegiatan yang dapat mempromosikan kesejahteraan masyarakat.<sup>38</sup> Motivasi dilandasi pada keinginan secara sukarela, mereka saling membantu sesama. Karakter CSR yang digerakkan oleh yayasan filantropi umumnya tidak terstruktur sehingga dampaknya tidak dapat diharapkan untuk meningkatkan kesejahteraan serta membangun kemandirian masyarakat. Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan secara umum disajikan dalam bentuk pemenuhan kebutuhan konsumen seperti bantuan bencana alam, penyediaan sembako, atau beasiswa. Pemberian tanggung jawab filantropi lebih didorong oleh kepedulian untuk meringankan beban masyarakat, bukan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi masyarakat secara kompleks. Bantuannya berbentuk misalnya, membantu penyelenggaraan workshop pengembangan diri bagi karyawan atau untuk berkontribusi pada pemulihan trauma. Terdapat pula dalam bentuk membantu rehabilitasi infrastruktur yang rusak akibat terjadinya bencana alam.<sup>39</sup>

## 2) Etik

Maksud dari etik, yaitu keterpanggilan para pelaku bisnis bahwa keberadaan masyarakat sebagai pemasok, pekerja atau pemasar atas produk yang mereka hasilkan. Ada juga kesadaran bahwa eksternalitas perusahaan mungkin bertepatan dengan kepentingan masyarakat lainnya. Perusahaan merasa terdorong untuk menebus kesalahan dengan memberikan program tanggung jawab sosial bagi masyarakat yang terkena dampak atau komunitas lain yang membutuhkan. Adanya kesadaran bahwa

---

<sup>38</sup> Nurul Isnaeni., dkk, *Dinamika Perkembangan Tata Kelola Tanggungjawab Sosial Perusahaan (CSR) Di Kawasan ASEAN Studi Kasus Indonesia, Malaysia, Thailand, Filipina, Dan Singapura* (Yogyakarta: Amongkarta, 2018), 13.

<sup>39</sup> Muhammmad Abdul Ghani, *Model CSR Berbasis Komunitas Integrasi Penetapan Tanggung Jawab Dan Lingkungan Korporasi*, (Bogor: IPB Press, 2016), 96.

pelaku usaha harus melakukan kegiatan sosial ekonomi seperti memperlakukan karyawan secara adil, menghindari kerusakan lingkungan dan dampak sosial yang membebani masyarakat. Dengan demikian keterpanggilan etis atau *ethical responsibility* mencakup prinsip, norma ataupun segala ekspektasi yang menjadi kepedulian berbagai anggota masyarakat.<sup>40</sup>

### 3) Legal

Legal yaitu ketika negara telah membuat peraturan yang mengharuskan perusahaan untuk melakukan program CSR maka tidak ada pilihan lain selain perusahaan melaksanakan CSR dengan benar. Perusahaan hanya melaksanakan kewajiban sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan. Keberhasilan program CSR sangat ditentukan oleh sejauh mana regulasi yang ada memiliki kewenangan yang menjamin pelaksanaan kegiatan telah sesuai dengan harapan masyarakat. Tangung jawab legal atau hukum ditentukan oleh pemerintah sehingga manajemen harus taat dengan hukum dalam pelaksanaan CSR.<sup>41</sup>

Ketaatan terhadap hukum atau *legal responsibilities* merupakan pertanggungjawaban bisnis yang memiliki hubungan erat dengan etika bisnis yang telah menjalankan usaha di lingkungan masyarakat terlebih dalam keuntungan sebagai tujuan utamanya. Hal ini dianggap pokok karena hukum merupakan sekumpulan etika yang telah dikodifikasikan dan merefleksikan kontrak sosial antara bisnis dan masyarakat.<sup>42</sup>

### 4) Ekonomi

Faktor ekonomi yaitu berangkat dari keyakinan bahwa dengan mengadakan sumber daya

---

<sup>40</sup> Nurul Isnaeni, dkk., *Dinamika Perkembangan Tata Kelola Tanggungjawab Sosial Perusahaan (CSR) Di Kawasan ASEAN Studi Kasus Indonesia, Malaysia, Thailand, Filipina, dan Singapura*, (Yogyakarta: Amongkarta, 2018), 13.

<sup>41</sup> J David dan Thomas L. Wheelen Hunner, *Manajemen Strategi*, Terj. Julianto Agung S (Yogyakarta: Andi Offset, 2003).

<sup>42</sup> Nurul Isnaeni, dkk., *Dinamika Perkembangan Tata Kelola Tanggungjawab Sosial Perusahaan (CSR) Di Kawasan ASEAN Studi Kasus Indonesia, Malaysia, Thailand, Filipina, dan Singapura*, (Yogyakarta: Amongkarta, 2018), 12.

dan mengalokasikan sejumlah dana untuk kegiatan CSR perusahaan secara tidak langsung dapat memperoleh manfaat ekonomis. Tenaga kerja dari masyarakat sekitar dan menjadikannya mitra lokal akan berpengaruh pada efisiensi biaya dan proses produksi. Analisis investasi terhadap pengeluaran dana yang menjadi pertimbangan bagi perusahaan yang terlibat dalam kegiatan CSR. Sumber pendanaan pengeluaran diposisikan sebagai biaya periklanan atau promosi yang bersifat timbal balik dalam jangka pendek dan jangka panjang serta meningkatkan reputasi sebagai sumber motivasi pelaksanaan CSR.<sup>43</sup> Berdasarkan hal tersebut mengartikan bahwa pemenuhan fungsi ekonomi atau *economic responsibilities* menyangkup penyediaan barang dan jasa yang mendorong pertumbuhan ekonomi melalui kapitalisasi keuntungan dan membuka kesempatan kerja.<sup>44</sup>

#### **d. Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Pandangan Islam**

Secara umum tidak terdapat perbedaan konsep antara tanggungjawab sosial dari perusahaan konvensional dan syariah.<sup>45</sup> Kegiatan CSR secara syariah bukan hanya memandang secara material atau adanya peraturan perundang-undangan, tetapi lebih ditekankan dalam nilai spiritual yang merupakan kesadaran dalam rasa patuh terhadap Allah SWT. Selain itu aktivitas CSR Islam atau *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR)* memiliki garis pandang antara halal haram dan harus tetap ukurannya yang tidak akan pernah berubah sepanjang zaman karena berdasarkan syariah. Sehingga tidak ada perusahaan dalam melaksanakan CSR yang dapat melakukan kegiatan CSR yang bertentangan dengan nilai dan etika Islam meskipun masyarakat atau pekerja yang menjadi objek CSR memintanya. Hal inilah

---

<sup>43</sup> Muhammmad Abdul Ghani, *Model CSR Berbasis Komunitas Integrasi Penetapan Tanggung Jawab Dan Lingkungan Korporasi*, (Bogor: IPB Press, 2016), 97.

<sup>44</sup> Nurul Isnaeni, dkk., *Dinamika Perkembangan Tata Kelola Tanggungjawab Sosial Perusahaan (CSR) Di Kawasan ASEAN Studi Kasus Indonesia, Malaysia, Thailand, Filipina, dan Singapura*, (Yogyakarta: Amongkarta, 2018), 11.

<sup>45</sup> Irfan Noor Adham, *Tanggung Jawab Sosial Bank Islami Teori Dan Praktik* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010), 3.

yang membedakan CSR secara umum dengan CSR dalam perspektif Islam.<sup>46</sup>

**1) Prinsip – prinsip Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR)**

Pelaksanaan I-CSR memiliki nilai filosofis yang diekstrak dari Al-Qur'an dan Sunnah dijadikan pegangan dalam menjalani kehidupan, termasuk dalam menjalankan program CSR bagi perusahaan yang dilandasi oleh nilai sesuai syariat seperti Lembaga Keuangan Syariah (LKS). Pandangan Islam menilai CSR yaitu terdapat landasan tasawuf atau *world view* dan epistemologi Islam. Hal ini menjadikan CSR dalam Islam berdasarkan atas kesadaran terhadap rasa patuh kepada Allah SWT dan sesama manusia. Sehingga kebutuhan manusia dimuka bumi memiliki tugas pokok diantaranya jadi hamba yang taat kepada Allah SWT dan menjadi pemimpin yang bijak.<sup>47</sup> Alasan adanya tanggung jawab sosial pada lembaga keuangan terutama perbankan secara islami yaitu karena perkembangan lembaga keuangan islami yang secara umum terbilang pesat.<sup>48</sup> Berdasarkan hal tersebut pelaksanaan I-CSR pada LKS terdapat prinsip-prinsip yaitu sebagai berikut:<sup>49</sup>

a) Prinsip tauhid

Bagi pihak yang sejalan dengan LKS, memiliki iman Allah SWT membuat seorang manusia berperilaku sesuai apa yang telah diperintah oleh Allah SWT. Pihak yang sejalan dengan LKS dilarang menggunakan transaksi bisnis yang tidak etis, merugikan orang dan melanggar apa yang telah diperintah oleh Allah SWT. Namun berbagai pihak harus bertanggung jawab atas hal-hal yang diusahakan dan

---

<sup>46</sup> M. Yasir Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) Teori Dan Praktik*, (Jakarta: Kencana, 2017), 49-50.

<sup>47</sup> M. Yasir Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) Teori Dan Praktik*, (Jakarta: Kencana, 2017), 56.

<sup>48</sup> Irfan Noor Adham, *Tanggung Jawab Sosial Bank Islami Teori Dan Praktik* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010), 6.

<sup>49</sup> M. Yasir Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) Teori Dan Praktik*, (Jakarta: Kencana, 2017), 57.



senantiasa berdampak positif dan baik bagi lingkungan sekitar serta dapat tercapai bilamana dapat menciptakan kemanfaatan dan menuruti aturan dalam Al-Qur'an dan hadist.<sup>50</sup> Berdasarkan hal tersebut menjadi tanggung jawab beretika ketika bertindak di berbagai lingkungan.<sup>51</sup>

b) Prinsip khalifah

Prinsip khalifah dalam konsep tanggung jawab sosial perusahaan Lembaga Keuangan Syariah (LKS) mengharuskan LKS untuk memaksimalkan peran serta fungsi LKS dalam upaya peningkatan perekonomian seluruh pemangku kepentingan. Keuntungan yang diperoleh tidak boleh berasal dari sesuatu yang tidak sesuai prinsip syariah, seperti melakukan penipuan, riba, berinvestasi pada hal-hal yang diharamkan dikarenakan keuntungan yang didapat dipergunakan untuk hal positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

c) Prinsip keadilan

Keadilan berarti menghendaki pelaku bisnis memperlakukan pihak lain sesuai dengan hak-haknya.<sup>52</sup> Pelaksanaan program CSR di Lembaga Keuangan Syariah harus memenuhi prinsip keadilan dalam upaya mengurangi kesenjangan ekonomi masyarakat. Hal ini dapat diartikan sebagai pemenuhan pendapatan secara merata dan kekayaan dalam konsep keadilan ekonomi Islam yang tidak berarti bahwa setiap orang wajib menerima tingkat upah yang sama. Islam mentolerir ketimpangan pendapatan yang sama dengan kemampuan masing-masing individu. Keadilan dalam hal ini memiliki arti sebagai bentuk keseimbangan dalam

---

<sup>50</sup> M. Yasir Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) Teori Dan Praktik*, (Jakarta: Kencana, 2017), 59-60.

<sup>51</sup> J. David Huner dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategi*, Terj. Julianto Agung S (Yogyakarta: Andi Offset, 2003), 96.

<sup>52</sup> Irfan Noor Adham, *Tanggung Jawab Sosial Bank Islami Teori Dan Praktik* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010), 8.

mempertimbangkan tanggung jawab kepada masyarakat.<sup>53</sup>

Ini karena setiap orang tidak memiliki tingkat kemampuan yang sama dalam memproduksi. Oleh karena itu, kemampuan memproduksi setiap individu berbeda satu sama lain, sehingga Islam menciptakan mekanismenya sendiri agar terciptanya pendapatan secara merata melalui zakat, sedekah, wakaf, infaq, hadiah dan hibah. Hal ini dimaksudkan sebagai alat untuk menekan orang kaya agar bertindak adil atas penghasilan yang dipercayakan Allah SWT atau sebagai bentuk pelaksanaan CSR oleh suatu perusahaan.<sup>54</sup>

d) Prinsip ukhuwah

Prinsip ukhuwah dapat diartikan sebagai kasih sayang atas dasar persaudaraan sesama dengan menekankan bahwa setiap orang muslim mempunyai tanggung jawab untuk sesama. Sedangkan prinsip yang melatar belakangi untuk melaksanakan program CSR yaitu adanya tolong menolong sesama pemegang berkepentingan LKS yang menjadikan *stakeholder* semakin bertekad dalam upaya peningkatan kesejahteraan dan keberlanjutan pertumbuhan ekonomi tanpa saling merugikan. Sehingga dengan hal tersebut menjadikan kewajiban tanggung jawab sosial yang dikeluarkan bersifat suka rela.<sup>55</sup> Jika prinsip ukhuwah atau persaudaraan dilaksanakan secara berkualitas akan berdampak positif bagi berbagai pihak bukan sekedar menyimpan keuntungan tetapi

---

<sup>53</sup> J. David Huner dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategi*, Terj. Julianto Agung S (Yogyakarta: Andi Offset, 2003), 95.

<sup>54</sup> M. Yasir Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) Teori Dan Praktik*, (Jakarta: Kencana, 2017), 65.

<sup>55</sup> J. David Huner dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategi*, Terj. Julianto Agung S (Yogyakarta: Andi Offset, 2003), 96.

mengajak masyarakat untuk menggunakan LKS sebagai citra positif bagi LKS.<sup>56</sup>

## 6. Peran *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Pembangunan Wilayah

Perencanaan pembangunan wilayah terdapat peran dari sektor publik serta swasta. Sektor publik diwakili pemerintah lebih memiliki peran dan fasilitas dan mempromosikan nilai tambah serta melindungi kepentingan masyarakat dalam arti luas. Melalui pembuatan kebijakan, regulasi, pelayanan umum, dan penyiapan infrastruktur. Sementara sektor swasta pelaku usaha lebih memiliki peran dengan aktivitas yang menghasilkan barang dan jasa. Hal tersebut menjadikan kegiatan bisnis korporasi baik langsung ataupun tidak langsung terlibat untuk tumbuhnya ekonomi wilayah. Melalui aktivitas tersebut usaha dalam terciptanya lapangan kerja dari mitra usaha yang ikut dalam ikatan rantai pasok, selanjutnya pajak dibayar untuk retribusi untuk negara dan juga pemerintah daerah. Sementara program CSR adalah kontribusi langsung korporasi dalam memberikan manfaat untuk warga sekitar.<sup>57</sup>

### a. Pembangunan Nasional dan Pengembangan Wilayah

#### 1) Pembangunan nasional

Definisi pembangunan pada awalnya dari sisi pertumbuhan ekonomi selanjutnya mengalami perkembangan ke arah pembangunan yang lebih manusiawi, sebagaimana dikemukakan oleh *World Development Report* bahwa yang menjadi *challenge* dalam pembangunan adalah usaha untuk perbaikan kualitas kehidupan manusia. Definisi mengenai pembangunan dan pengembangan wilayah pembangunan telah mengalami pergeseran paradigma. Apalagi di negara miskin dengan kualitas hidup yang lebih baik, masyarakat menikmati pendapatan tinggi sebagai sayarat yang harus dipenuhi, yang tidak kalah pentingnya untuk diperjuangkan dalam pembangunan, dimulai dengan

<sup>56</sup> M. Yasir Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) Teori Dan Praktik*, (Jakarta: Kencana, 2017), 67-68.

<sup>57</sup> Muhammad Abdul Ghani, *Model CSR Berbasis Komunitas Integrasi Penetapan Tanggung Jawab Dan Lingkungan Korporasi*, (Bogor: IPB Press, 2016), 33.

pendidikan agar lebih bagus kualitasnya, peningkatan standar kesehatan dan gizi, pengentasan kemiskinan, memperbaiki kondisi lingkungan dan pemerataan kesempatan kerja, serta pemerataan kebebasan individu dan penyebaran budaya.<sup>58</sup>

Perspektif pembangunan suatu wilayah merupakan bentuk tanggung jawab para pihak terkait untuk pertimbangan kompensasi.<sup>59</sup> Perspektif pembangunan suatu wilayah mendefinisikan pembangunan melalui dua pandangan yang berbeda. Pandangan tersebut dalam memahami pembangunan sebagai bentuk dalam meningkatnya pertumbuhan dari produk domestik bruto (PDB) dan tingkat nasional atau produk domestik regional bruto (PDRB) untuk daerah. Instrumen tersebut merupakan indikator yang mencerminkan tingkat kemakmuran nasional atau daerah. Pandangan lain menggunakan indikator produksi serta menyerap pekerja atau pandangan tradisional pembangunan untuk difokuskan ke sektor ekonomi atau lokasi yang dianggap strategis, diharapkan hasilnya akan dirasakan oleh sektor ekonomi lain atau bidang lain yang berkaitan dengan hal itu, baik secara langsung maupun tidak langsung dibalik proses pembangunan tersebut. Berdasarkan pandangan tradisional masih menyisakan berbagai masalah seperti pengangguran, kesenjangan pendapatan dan ketidakpastian dalam meningkatkan pendapatan desa bagi sebagian besar penduduknya.<sup>60</sup>

## 2) Pembangunan wilayah

Pembangunan wilayah adalah proses pembangunan yang mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya rukun, serasi dan terintegrasi. Serta melalui pendekatan yang komprehensif dan terintegrasi, mencangkup bidang ekonomi, sosial,

---

<sup>58</sup> Muhammad Abdul Ghani, *Model CSR Berbasis Komunitas Integrasi Penetapan Tanggung Jawab Dan Lingkungan Korporasi*, (Bogor: IPB Press, 2016), 35.

<sup>59</sup> J. David Huner dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategi*, Terj. Julianto Agung S (Yogyakarta: Andi Offset, 2003), 97.

<sup>60</sup> Muhammad Abdul Ghani, *Model CSR Berbasis Komunitas Integrasi Penetapan Tanggung Jawab Dan Lingkungan Korporasi*, (Bogor: IPB Press, 2016), 34-35.

budaya dan lingkungan hidup hingga tercapai tujuan dari pembangunan yang berkelanjutan, untuk mendapatkan hasil maksimal maka untuk mengembangkan wilayah diperlukan penataan ruang yang elemennya terdiri dari perencanaan tata ruang perencanaan ruang dan pengendalian pemanfaatan ruang.<sup>61</sup> Pembangunan dalam hal ini berkaitan dengan bentuk moralitas yang dianggap baik oleh masyarakat.<sup>62</sup>

Upaya untuk melaksanakan pembangunan secara integritas perlu analisis dan pendekatan sistematis, yaitu pendekatan pemecahan masalah yang kompleks dengan metodologi yang tepat bersifat dinamis dan saling terkait di antara variabel. Tujuan pendekatan sistem adalah untuk memahami optimasi dan memprediksi suatu masalah di masa yang akan datang berdasarkan transformasi variabel yang berpengaruh. Melalui pendekatan kesisteman dapat menghubungkan kaitan antara suatu subsistem dengan subsistem lain panjang terdapat hubungan matematis dan fungsional berdasarkan asumsi yang relevan. Kelemahan sistem terletak pada asumsi pendefinisian dan penentuan hubungan antar variabel. Upaya untuk mengukur tingkat pertumbuhan suatu wilayah atau suatu masyarakat diperlukan instrumen yang disebut sebagai indikator pembangunan, sebagai kesepakatan alat ukur indikator pembangunan harus dibuat sederhana, mencakup aktivitas ekonomi dan lingkungan.<sup>63</sup>

#### **b. Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Kesejahteraan Masyarakat**

Dimensi CSR ada dua yaitu perspektif perusahaan dan perspektif masyarakat sekitar. Dengan berhasilnya program CSR mengakibatkan terciptanya kerukunan antara perusahaan dengan masyarakat, melalui kebijakan

---

<sup>61</sup> Muhammad Abdul Ghani, *Model CSR Berbasis Komunitas Integrasi Penetapan Tanggung Jawab Dan Lingkungan Korporasi*, (Bogor: IPB Press, 2016), 36.

<sup>62</sup> J. David Huner dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategi*, Terj. Julianto Agung S (Yogyakarta: Andi Offset, 2003), 97.

<sup>63</sup> Muhammad Abdul Ghani, *Model CSR Berbasis Komunitas Integrasi Penetapan Tanggung Jawab Dan Lingkungan Korporasi*, (Bogor: IPB Press, 2016), 36-37.



dalam rantai pasok yaitu posisi masyarakat yang dinilai dapat meningkatkan ketahanan dan efisiensi sebagai sumber tenaga kerja dan mitra usaha.<sup>64</sup> Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat diapresiasi secara positif oleh konsumen, pemegang saham dan masyarakat luas. Output yang dihasilkan tidak hanya berupa peningkatan laba tetapi juga peningkatan nilai perusahaan.<sup>65</sup> Hal ini menjadikan Perusahaan harus bertanggung jawab kepada pemangku kepentingannya untuk menghindari gangguan dengan kelompok tertentu.<sup>66</sup>

Pemikiran tersebut berangkat dari berubahnya motif didirikannya suatu entitas bisnis yang sejalan dengan cara pandang *shareholder* dan *stakeholder*, hal tersebut menyatakan bahwa tujuan suatu badan usaha sementara untuk memperoleh laba atau *profit oriented* kini mengalami pergeseran. Meningkatnya nilai saham atau *service value* perusahaan dapat diterjemahkan sebagai bertambahnya harta atau *equity* terhadap perusahaan. Persepsi positif pelanggan atau mitra dan *stakeholder* sangat menentukan nilai ekspektasi suatu perusahaan. Berdasarkan hal tersebut citra yang dibangun perusahaan dapat dinilai sebagai keunggulan atau *intengibel* dan berpotensi bisa menaikkan harga saham. Reputasi menjalankan proses produksi yang bertanggung jawab secara sosial, ekonomi, dan lingkungan akan mempengaruhi citra dan persepsi *stakeholder* terhadap perusahaan tersebut.

Kesadaran masyarakat dan konsumen yang meningkat terhadap masalah lingkungan, hal ini menjadikan pengaruh dalam preferensinya terhadap suatu produk atau jasa yang dihasilkan. Tuntutan konsumen kini telah mencakup hal-hal lebih luas dari sekadar kualitas produk dan harga jual. Demikian juga komitmen perusahaan terhadap pelestarian alam, kini menjadi isu

---

<sup>64</sup> Reza Rahman, *Corporate Social Responsibility Antara Teori Dan Kenyataan*, (Yogyakarta: Medpress, 2009), 13.

<sup>65</sup> Muhammad Abdul Ghani, *Model CSR Berbasis Komunitas Integrasi Penetapan Tanggung Jawab Dan Lingkungan Korporasi*, (Bogor: IPB Press, 2016), 51.

<sup>66</sup> J. David Huner dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategi*, Terj. Julianto Agung S (Yogyakarta: Andi Offset, 2003), 97.

yang disoroti pemerhati lingkungan internasional. Berdasarkan hal tersebut perusahaan yang abai terhadap konservasi lingkungan akan mendapat citra negatif di mata masyarakat, implementasi dari hal tersebut bisa berwujud pemboikotan terhadap produk perusahaan.<sup>67</sup>

Berdasarkan berbagai tujuan bisnis terdapat pilar yang perlu diperhatikan untuk memberdayakan ekonomi dan menjaga keharmonisan masyarakat.<sup>68</sup> Kesadaran bahwa tujuan mendirikan badan usaha tidak sebatas untuk mencari keuntungan. Dunia bisnis menuntut cara untuk meningkatkan penciptaan nilai sesuai dalam konsep *triple bottom line* yang diprakarsai John Elkington yaitu komitmen dalam pemberian manfaat dalam aspek sosial ekonomi bagi masyarakat sekitar serta ikut bertanggung jawab dalam aksi konservasi lingkungan sebagaimana dikenal dengan konsep *triple P* yang terdiri dari tiga elemen berupa *profit*, *people* dan *planet*.<sup>69</sup>

### c. **Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Pengembangan Wilayah**

Peran badan usaha untuk program tersebut terlihat dari kepentingan masyarakat seperti memberikan bantuan dalam bentuk pinjaman dan pembangunan infrastruktur. Peran *corporate social responsibility* (CSR) dalam pengembangan wilayah bisa digambarkan melalui gambar berikut:<sup>70</sup>

---

<sup>67</sup> Muhammad Abdul Ghani, *Model CSR Berbasis Komunitas Integrasi Penetapan Tanggung Jawab Dan Lingkungan Korporasi*, (Bogor: IPB Press, 2016), 52.

<sup>68</sup> Reza Rahman, *Corpotare Social Responsibility Antara Teoti Dan Kenyataan* (Yogyakarta: Medpress, 2009), 14.

<sup>69</sup> Muhammad Abdul Ghani, *Model CSR Berbasis Komunitas Integrasi Penetapan Tanggung Jawab Dan Lingkungan Korporasi*, (Bogor: IPB Press, 2016), 52.

<sup>70</sup> Muhammad Abdul Ghani, *Model CSR Berbasis Komunitas Integrasi Penetapan Tanggung Jawab Dan Lingkungan Korporasi*, (Bogor: IPB Press, 2016), 53.

**Gambar 2. 1 Peran CSR Dalam Pengembangan Wilayah**



Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan bahwa manfaat langsung dan tidak langsung dari program ini dalam rangka membantu masyarakat dalam penyelesaian permasalahan di bidang sosial ekonomi dan budaya. Keberhasilan pelaksanaan program CSR akan berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat sekaligus berkontribusi dalam pemberdayaan masyarakat untuk membangun kemandirian. Sehingga dengan membantu masyarakat sekitar melalui program CSR maka dasarnya perusahaan telah ikut berkontribusi memperkuat pengembangan dan pembangunan wilayah atau kawasan. Hal tersebut melalui kebijakan perusahaan yang membangun kemitraan usaha dalam masyarakat sekitar juga akan menjadi instrumen yang membantu atau menciptakan efek berganda bagi perubahan wilayah dan tingkat kesejahteraan.

## **7. Peran Pemerintah, Swasta (Perusahaan) dan Masyarakat dalam Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

### **a) Peran Pemerintah dalam Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Peran pemerintah pada penerapan CSR atas 4 peran sebagai berikut:<sup>71</sup>

- 1) Pemerintah sebagai ”*mandating*” dalam menjalankan perannya sebagai *mandating* yaitu berupa hukum, peraturan, hukuman dan lembaga-lembaga sektor publik terkait yang berhubungan dengan kontrol beberapa aspek investasi bisnis atau operasi.
- 2) Pemerintah sebagai fasilitator, yaitu pemerintah dalam memenuhi persyaratan, memfasilitasi, atau mengatur agar perusahaan melaksanakan agenda CSR atau terlibat dalam program perbaikan sosial dan lingkungan. Pemerintah juga dapat bertindak sebagai inisiator penyelenggara utama dan fasilitator pemangku kepentingan nasional dengan proses yang disebutkan sebelumnya serta memfasilitasi pembangunan industri lokal untuk menginformasikan hak-hak mereka dan kewajiban di bidang CSR.

---

<sup>71</sup> Achmad Said Lamo, *Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Governance* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 122-123.

Seperti program harus dilaksanakan oleh organisasi masyarakat sipil.

3) Pemerintah sebagai *partner* atau *partnership* yaitu kemitraan strategis merupakan sarana berbagai keterampilan dan masukan dari sektor publik swasta serta masyarakat sipil dalam upaya mengatasi isu sosial dan lingkungan yang kompleks. Menggabungkan sumber daya publik dengan pihak bisnis dan aktor-aktor lain untuk meningkatkan keterampilan yang saling melengkapi dan sumber daya untuk mengatasi isu-isu dalam agenda CSR, disinilah pemerintah dapat berperan sebagai partisipan, penyelenggara konferensi, atau fasilitator. Pemerintah harus terlibat dalam berbagai bagian kegiatan sebagai partner atau mitra bagi sektor privat atau bisnis, sektor swasta, masyarakat sipil dan organisasi internasional.

4) Pemerintah sebagai *endorsing* yaitu peran pemerintah adalah memberikan dukungan politik dan legitimasi CSR. Bentuk laporan pengesahan bisa bermacam-macam, bisa melalui dokumen kebijakan, praktik pengelolaan sektor publik, penghargaan bagi perusahaan yang melaksanakan CSR, misalnya penyelenggaraan acara penghargaan CSR. Pemerintah dalam mendukung bisnis lokal inisiatif yang berusaha untuk mempromosikan sosial dan lingkungan yang lebih baik dalam praktik di tempat kerja. Pemerintah selaku penentu sebuah kebijakan tentunya juga berfungsi mendukung dan mendorong program-program kegiatan sebuah perusahaan baik swasta maupun BUMN.

**b) Peran Swasta (Perusahaan) dalam Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Perusahaan dalam menjalankan *corporate social responsibility* dapat memiliki arti bahwa keterikatan bisnis dalam kerja sama pada pembangunan ekonomi



secara berkelanjutan.<sup>72</sup> Peran perusahaan dalam penetapan CSR terdiri dari 2 peran sebagai berikut:<sup>73</sup>

- 1) Peran sebagai *endorsing*, adalah perusahaan mampu mendorong terwujudnya pembangunan suatu daerah dengan mewujudkan kesejahteraan masyarakat dengan terlibat langsung dalam setiap kegiatan pembangunan daerah, keadaan di sekitar wilayah perusahaan pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan pada masyarakat, pemerintah, perseorangan dan masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, sebagai sistem yang mengedepankan dukungan masyarakat, operasional perusahaan diharuskan sesuai dengan apa yang diharapkan masyarakat.
  - 2) Peran perusahaan sebagai *partnering*, yaitu bagaimana perusahaan mampu bekerja profesional dan kemitraan terhadap pemerintah dan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa dalam setiap kegiatan eksternal yang dilakukan perusahaan diketahui pihak pemerintah sebagai mitra kerja dalam kegiatan pembangunan serta melibatkan masyarakat dalam pelaksanaan kegiatan CSR. Dengan demikian CSR merupakan kepedulian yang keuntungan atau *profit* bagi kepentingan pembangunan dan secara berkala berdasarkan prosedur yang tepat dan profesional, sehingga menjadikan perusahaan sebagai perencanaan pelaksanaan dan evaluasi.
- c) **Peran Masyarakat dalam Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Masyarakat dapat dilibatkan dalam mengelola program CSR, keberhasilan program CSR menjadi salah satu bentuk dorongan agar CSR dapat terwujud secara berkelanjutan. Bentuk pelibatan masyarakat dibedakan menjadi dua jenis yakni masyarakat yang menjadi pelaksana program CSR dan masyarakat yang mengelola hasil dari program CSR. Sebagai pelaksana program CSR, masyarakat membentuk kerjasama antara

---

<sup>72</sup> Reza Rahman, *Corporate Social Responsibility Antara Teori Dan Kenyataan* (Yogyakarta: Medpress, 2009), 10.

<sup>73</sup> Achmad Lamo Said, *Corporare Social Responsibility Dalam Perspektif Governance*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 123-124.

perusahaan dengan pihak ketiga. Sedangkan masyarakat yang mengelola hasil dari program CSR, melakukan suatu upaya pengembangan sarana dan prasarana yang disediakan perusahaan kemudian dikelola oleh masyarakat demi kepentingan bersama.<sup>74</sup>

Berdasarkan hal tersebut inti dari CSR adalah bentuk pemberian bank dari koperasi kepada masyarakat.<sup>75</sup> Peran masyarakat dalam penetapan CSR terdiri dari 2 peran sebagai berikut:<sup>76</sup>

- 1) Masyarakat berperan sebagai *endorsing* yaitu peran masyarakat dalam mendukung kegiatan pembangunan baik yang dilaksanakan oleh pemerintah maupun perusahaan.
- 2) Masyarakat berperan sebagai *partnering* yaitu dan masyarakat sipil dengan penggunaan berbagai sumber daya dan kemampuan perlu disalurkan dan diperkuat oleh lembaga swadaya masyarakat dan pemerintah dalam bentuk partner kerja.

Peningkatan posisi tawar masyarakat sipil masih harus diperhatikan, hal ini membuat masyarakat sipil perlu berperan aktif dalam membentuk wacana CSR. Artinya, lembaga swadaya masyarakat juga harus memahami agenda CSR termasuk unsur-unsur terukurnya seperti aspek peraturan perundang-undangan dan berbagai indikator keberhasilan CSR dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

## 8. Bank Syariah

### a. Pengertian Bank Syariah

Bank merupakan suatu lembaga yang menjalankan perusahaan dalam menerima dan menyalurkan dana dari dan kepada pihak ketiga.<sup>77</sup> Al-Quran dan As-Sunnah adalah pegangan bagi bank syariah dalam menjalankan

---

<sup>74</sup> Achmad Lamo Said, *Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Governance*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 124-125.

<sup>75</sup> Reza Rahman, *Corporate Social Responsibility Antara Teori Dan Kenyataan* (Yogyakarta: Medpress, 2009), 10.

<sup>76</sup> Achmad Lamo Said, *Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Governance*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 125.

<sup>77</sup> Budi Untung, *Kredit Perbankan Di Indonesia*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 13.

kinerjanya.<sup>78</sup> Pengertian serupa menjelaskan bahwa bank syariah adalah lembaga keuangan dimana dalam sistem operasionalnya tanpa adanya bunga, dimana mereka menyalurkan pembiayaan dan layanan lainnya sudah disesuaikan dalam peraturan syariah.<sup>79</sup> Berdasarkan penjelasan sebelumnya, pengertian bank syariah tidak berbeda dari pengertian bank pada umumnya. Hal yang membedakan anatar keduanya adalah terletak pada sistem operasionalnya, di mana bank syariah beroperasi berlandaskan hukum Islam yaitu tanpa adanya bunga dan hanya berdasarkan asas bagi hasil.

Berdasarkan keberadaan bank syariah di Indonesia telah mendapatkan jaminan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Berdasarkan UU Perbankan Syariah tersebut kebutuhan warga akan jasa perbankan yang memiliki landasan syariah terus mengalami peningkatan yang didalamnya tidak terdapat unsur riba, *maisir*, *gharar*, haram dan kezaliman. Perbankan syariah memiliki asas demokrasi ekonomi yang memiliki nilai keadilan, kebersamaan, pemerataan, dan kemanfaatan.<sup>80</sup>

#### **b. Jenis-Jenis Bank Syariah**

Indonesia memiliki tentang peraturan perbankan syariah sebagaimana diatur dalam UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Bank melaksanakan sistem operasionalnya sesuai syariat berdasarkan peraturan dan perjanjian hukum antara bank dan pihak lain dalam penyimpanan maupun pembiayaan bidang usaha.<sup>81</sup> Menurut jenisnya contohnya Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Syariah (BPRS). Berikut adalah penjelasan Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS),

---

<sup>78</sup> Amir Machmud dan Rukmana, *Bank Syariah* (Jakarta: Erlangga, 2010), 9.

<sup>79</sup> Mia Lasmi Wardiyah, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 77.

<sup>80</sup> Mal Al Abdullah, *Corporate Governance Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Yogyakarta: Ar Ruzz Media, 2010) 85-86.

<sup>81</sup> Ketut Silvanita Mangani, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 34.

dan Bank Pembiayaan Syariah (BPRS) menurut Andi Soemitra yaitu sebagai berikut:<sup>82</sup>

- 1) Bank Umum Syariah (BUS) merupakan bank yang menerima pembayaran. Operasional BUS bisa bank devisa dan bank non devisa. Bank devisa merupakan bank yang melayani transaksi di luar negeri biasanya akan melakukan hubungan sesuai mata asing dengan seluruhnya, contohnya tranfer ke luar negeri, pembukaan *Letter of Credit* dan lain sebagainya.
- 2) Unit Usaha Syariah (UUS) merupakan unit usaha turunan satu tingkat dari bank konvensional yang difungsikan untuk kantor pusat unit lain yang menjalankan usahanya dilandasi oleh prinsip syariah. UUS dapat menjalankan bisnis sebagai bank devisa dan bank non-devisa.
- 3) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank yang tidak menerima lalu lintas pembayaran. BPRS biasanya berbadan hukum dalam perseroan terbatas. Kepemilikan BPRS hanya oleh warga negara atau badan hukum Indonesia, pemerintah daerah atau kemitraan antara warga negara Indonesia atau badan hukum dengan pemerintah daerah.

### c. Karakteristik Bank Syariah

Menurut Ismail bank syariah memiliki ciri tidak menerima atau membebaskan bunga kepada nasabah melainkan bagi hasil sesuai dengan akad.<sup>83</sup> Menurut UU perbankan syariah dalam melangsungkan kegiatan operasional harus didasarkan pada prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip hati-hati.<sup>84</sup> Terdapat beberapa karakteristik bank syariah secara umum yaitu sebagai berikut:<sup>85</sup>

- 1) Peniadaan riba.
- 2) Pelayanan kepentingan umum dan mewujudkan tujuan sosial ekonomi berdasarkan syariah.

---

<sup>82</sup> Andi Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan*, (Jakarta: Kencana, 2018), 58-59.

<sup>83</sup> Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2014), 22.

<sup>84</sup> Mal Al Abdullah, *Corporate Governance Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Yogyakarta: Ar Ruzz Media, 2010), 86.

<sup>85</sup> Andi Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan*, (Jakarta: Kencana, 2018), 63.

- 3) Bank syariah bersifat universal yaitu penggabungan antara bank komersial dengan bank investasi.
- 4) Dalam memberikan penilaian pada permohonan biaya seputar penyertaan modal dari bank syariah akan melakukannya dengan sangat cermat, karena penerapan prinsip bagi hasil yang dilakukan bank syariah.
- 5) Dengan adanya prinsip bagi hasil hubungan antara bank syariah dengan pengusaha dapat terjalin dengan erat.
- 6) Kerangka yang dibangun untuk membantu bank mengatasi masalah likuiditas dengan memanfaatkan instrumen pasar uang antara bank syariah dan instrumen bank sentral berprinsip syariah.

#### **d. Kegiatan Usaha Bank Syariah**

Bank syariah di Indonesia berdiri sejak tahun 1992 dengan pelopor perbankan syariah yang pertama yaitu Bank Muamalat Indonesia.<sup>86</sup> Bank memiliki tujuan dalam berperan sebagai agen pembangunan dan memiliki peranan sebagai lembaga yang ikut serta dalam pelaksanaan pembangunan nasional untuk kesejahteraan masyarakat yang merata.<sup>87</sup> Bank syariah meliputi BUS, UUS, dan BPRS umumnya melangsungkan kegiatan operasional kurang lebih mirip dengan bank konvensional yakni bank menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat serta melayani jasa lain. Bedanya, kelangsungan sistem operasional bank syariah, UUS dan BPRS dilandaskan pada syariat-syariat Islam. Dalam penerapannya selain berpegangan pada syariat Islam juga dikarenakan bank syariah mempunyai macam-macam akad yang menyebabkan banyak jenis produk yang dimiliki oleh bank syariah daripada bank konvensional.<sup>88</sup>

Beberapa pelayanan usaha Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah sebagai berikut.:

---

<sup>86</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2014), 24.

<sup>87</sup> Budi Untung, *Kredit Perbankan Di Indonesia* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 14.

<sup>88</sup> Andi Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan*, (Jakarta: Kencana, 2018), 68-69.



## 1) Pengumpulan dana

Pengumpulan dana dilakukan dengan mobilisasi tabungan dan investasi secara adil. Pengelolaan dana menjadi sangat penting dikarenakan dalam ajaran Islam melarang kegiatan menimbun harta serta lebih menekankan pada produktifitasnya agar tercapainya tujuan ekonomi dan sosial. Setoran modal dan hasil pengumpulan dana melalui tabungan, deposito, dan giro menjadi sumber dana bagi bank syariah.<sup>89</sup> Sebagai cara alternatif bagi bank untuk pembiayaan jangka panjang bank syariah dapat membuat obligasi syariah.<sup>90</sup> Produk penghimpunan dana pada perbankan syariah yaitu *wadi'ah* yang merupakan akad penitipan barang atau uang. Prinsip *Wadi'ah* yang digunakan yakni *waadi'ah yaad dhamanah* dan *waadi'ah yad amanah*. *Wadi'ah yad dhamanah* menuntut agar pihak yang dipercayakan dapat menjaga harta yang disimpan agar dapat memanfaatkan harta simpanan tersebut. Pada *wadi'ah yad amanah*, harta yang dititipkan tidak diperbolehkan digunakan oleh pihak yang dititipkan. *Mudarabah* ialah perjanjian bagi hasil antara *shahibul maal* (nasabah) dengan *mudarib* (bank) untuk memperoleh keuntungan.<sup>91</sup>

## 2) Penyaluran dana

Sesuai Undang-Undang Perbankan Nomor 21 Tahun 2008, bank syariah merupakan lembaga perbankan terdiri atas bank pembiayaan syariah dan bank umum syariah yang secara umum memiliki kewajiban dalam menyalurkan pembiayaan kepada nasabah.<sup>92</sup> Penyaluran dana kepada nasabah untuk produk pembiayaan syariah dibagi menjadi enam

---

<sup>89</sup> Nurul Huda dan Mustafa Edwin Nasution, *Current Issues Lembaga Keuangan Syariah*, Edisi Pert (Jakarta: Kencana, 2014), 130.

<sup>90</sup> Andi Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan*, (Jakarta: Kencana, 2018), 69.

<sup>91</sup> Sri Indah Nikensari, *Perbankan Syariah: Prinsip, Sejarah, Dan Aplikasinya*, (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2012), 129.

<sup>92</sup> Ikatan Banker Indonesia (IBI) Dan Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan (LSPP), *Mengelola Bisnis Perbankan Syariah* (Jakarta: Gramedia, 2015), 49.

kategori berdasarkan tujuannya yaitu sebagai berikut.<sup>93</sup>

- a) Pembiayaan dengan akad *mudharabah*, *salam*, atau *istishna*

Akad *mudharabah* adalah perjanjian sebagai pembiayaan suatu barang dimana barang tersebut telah ditentukan nilainya kemudian pembeli membayar dengan harga tinggi dan keuntungannya dibagi sesuai kesepakatan. Disini bank berperan sebagai penjual sedangkan nasabah berperan sebagai pembeli.

Akad *salam* merupakan akad pembiayaan suatu barang dengan cara memesan dan membayar harga di muka sesuai kesepakatan. Dalam praktiknya, jika barang tersebut sudah diberikan untuk bank, selanjutnya bank yang menjual ke sesama nasabah secara tunai maupun dicicil.

Akad *istishna* merupakan akad pembiayaan barang berupa pesanan membuat produk sesuai persyaratan dan juga kriteria yang sudah disepakati oleh pembeli dengan penjual. Produk *istishna* hampir sama dengan produk *salam*, akan tetapi dalam *istishna* proses membayarnya bisa dilakukan dengan mencicil pada bank sesuai batas membayar. Pola *istishna* seringkali diterapkan untuk membiayai konstruksi serta manufaktur.

- b) Pembiayaan bagi hasil didasarkan pada akad *musyarakah*. Akad *musyarakah* yakni akad yang dilakukan dua pihak bisa lebih atas suatu usaha dimana diantara kedua pihak atau lebih untuk usaha yang tertentu setiap pihak menyerahkan sebagian dana yang sudah ditentukan, keuntungan dan kerugian akan disesuaikan pada porsi dananya.
- c) Pembiayaan sesuai akad *qardh*. Akad *qardh* yakni akad antara nasabah dengan pihak bank dalam memberikan pinjaman dengan syarat

---

<sup>93</sup> Andi Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan*, (Jakarta: Kencana, 2018), 74-81.

pengembalian pokok pinjaman harus tetap pada waktu yang telah disepakati, bisa dibayar langsung maupun dengan mencicil. Dalam hal ini *qardh* merupakan peminjaman tanpa mengharapakan imbalan.<sup>94</sup>

- d) Pembiayaan berdasarkan akad *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik*. *Ijarah* adalah akad sewa antara bank dengan penyewa. Penyewaan dapat berupa barang yang bergerak maupun tidak bergerak. Bank penyewa akan menerima biaya dari jasa persewaan tersebut.<sup>95</sup>
- e) Pengambil alihan utang berdasar akad *hawalah*. Akad *hawalah* merupakan perjanjian antara pihak yang memiliki hutang dengan pihak yang diwajibkan untuk menanggung atau membayar dengan maksud pengalihan untangnya. Artinya ada pihak penjamin hutang dari pihak lain.<sup>96</sup>
- f) Pembiayaan multijasa, yaitu biaya yang dilakukan bank syariah dengan bentuk *leasing* berupa *ijarah* dan *kafalah*.

**B. Penelitian Terdahulu**

Untuk mendukung pelaksanaan penelitian mengenai karakteristik perusahaan dan tingkat pengungkapan *corporate social responsibiliy* untuk bank umum syariah di Indonesia, berikut adalah beberapa penelitian sebelumnya yaitu:

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
1.	Agung	Pengaruh Ukuran	Analisis regresi	Profitabilitas dan ukuran dewan

<sup>94</sup> Sunaryo Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2007), 26.

<sup>95</sup> Sri Indah Nikensari, *Perbankan Syariah: Prinsip, Sejarah, dan Aplikasinya* (Semarang : Pustaka Rizki Putra, 2012), 146.

<sup>96</sup> Sunaryo Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2007), 29.

<p>Arista dan Eka Ardani (2015)<sup>97</sup></p>	<p>Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Dewan Komisaris Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.</p>	<p>berganda</p>	<p>komisaris dinyatakan berpengaruh positif terhadap CSR. Pengujian yang dilakukan juga mengungkapkan bahwa terdapat variabel yang tidak berpengaruh yaitu ukuran perusahaan karena semua perusahaan yang diteliti, baik perusahaan sesuai aset yang kecil maupun besar, mengungkap CSR. Leverage tidak memiliki pengaruh pada CSR karena manajemen lebih mengoptimalkan laba sehingga tidak menjadi sorotan <i>debtholders</i>.</p>
<p>Persamaan : Memiliki variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i>, dan ukuran dewan komisaris pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.</p> <p>Perbedaan : Penelitian yang akan dilakukan berikutnya akan menambahkan variabel ukuran kepemilikan saham sebagai penentu untuk mengungkap tanggung jawab sosial perusahaan.</p>			

<sup>97</sup> Agung Arista dan Eka Ardani, “ Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Dewan Lomisaris Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan,”*Jurnal Akuntansi Universitas Udanaya* 11, 2 (2015).

2.	Shifa Putri, Willy Sri, dan Eddy Budiono (2017) <sup>98</sup>	Kepemilikan Saham Publik Dan Return On Assets Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> .	Kuantitatif deskriptif verifikatif bersifat kausalitas .	Kepemilikan saham publik berpengaruh signifikan negatif terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> . Sedangkan ROA berpengaruh signifikan terhadap CSR.
<p>Persamaan : Terdapat variabel dependen berupa kepemilikan saham pada terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>.</p> <p>Perbedaan : Pada penelitian Shifa Putri, Willy Sri, dan Eddy Budiono menambahkan variabel <i>return on asset</i> terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>.</p>				
3.	Syaileindra Eka (2017) <sup>99</sup>	Pengaruh <i>Leverage</i> , Profitabilitas Dan <i>Size</i> Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Perusahaan Di Bursa	Analisis regresi berganda.	Profitabilitas yang dihitung dengan <i>return on asset</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan akan tingkat pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> .

<sup>98</sup> Shifa Putri Hamdani.,dkk, “Kepemilikan Saham Publik Dan *Return On Assets* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”, *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer* 9,no. 1, (2017).

<sup>99</sup> Syaileindra Eka Putra, “Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas Dan *Size* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia, *Journal of Economic and Economic Education* 5 no.1 (2017).

		Efek Indonesia.		
	<p>Persamaan : Menggunakan variabel <i>leverage</i>, profitabilitas terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibilty</i> dan penelitian menggunakan metode regresi linier berganda.</p> <p>Perbedaan : Dalam penelitian ini berfokus pada 5 variabel yang tidak semuanya ditemukan pada penelitian yang dilakukan pada penelitian Syailendra Eka.</p>			
4.	Aurellia Adi (2018) <sup>100</sup>	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> .	Regresi linier berganda.	Profitabilitas memiliki pengaruh yang positif akan pengungkapan CSR. Ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, dan <i>leverage</i> tidak memiliki pengaruh akan pengungkapan CSR, sedangkan frekuensi pertemuan komite audit berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

<sup>100</sup> Aurellia Adi Leksono dan Sansaloni Butar Butar, “Pengaruh *Good Corporate Governance* Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Penungkapan *Corporate Social Responsibility*”, *Jurnal Akuntansi Bisnis* 16, no. 1 (2018).



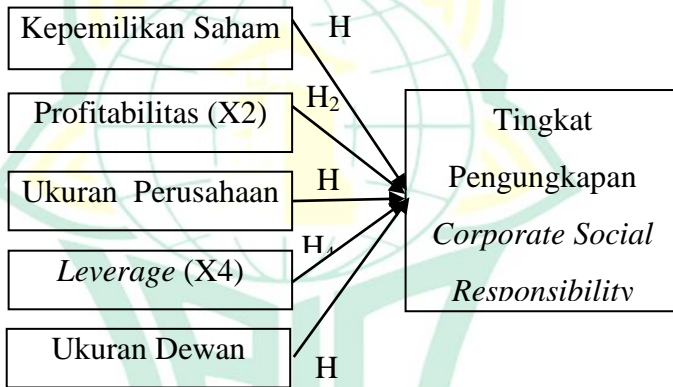
	<p>Persamaan : Menggunakan metode regresi linier berganda dan variabel karakteristik perusahaan terhadap penungkapan <i>corporate social responsibility</i>.</p> <p>Perbedaan : Penelitian yang dilakukan oleh Aurellia Adi menambahkan variabel <i>good corporate governance</i> terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>.</p>			
5.	Aryo Prakoso dan Aulia Ayu Dewinta (2019) <sup>101</sup>	Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> .	Analisis regresi linier berganda.	Profitabilitas dan total aset memiliki pengaruh terhadap pengungkapan luas CSR, ini juga mendukung teori <i>stakeholder</i> dan teori legitimasi, sebaliknya, <i>leverage</i> tidak mempengaruhi pengungkapan luas CSR.
	<p>Persamaan : Menggunakan variabel karakteristik perusahaan terhadap luas pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> dan metode penelian analisis regresi linier berganda.</p> <p>Perbedaan : Penelitian oleh Aryo Prakoso dan Aulia Ayu Dewinta melakukan studi kasus pada perusahaan secara umum, selain itu penelitian yang penulis laksanakan yakni penulis meneliti pada bank umum syariah di Indonesia.</p>			

<sup>101</sup> Aryo Prakoso dan Aulia Ayu Dewinta, “Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility,” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 9, no. 2 (2019).

**C. Kerangka Berfikir**

Dengan telah diketahuinya permasalahan yang diteliti maka diperlukan suatu kerangka berpikir yang berupa model konseptual untuk menjelaskan teori tersebut berkaitan dengan faktor-faktor yang dianggap sebagai permasalahan penting. Dengan dibuatnya kerangka berpikir akan digunakan untuk memberi penjas secara teoritis keterkaitan antar variabel dalam penelitian.<sup>102</sup> Sehingga dilihat secara teoritis maka diperlukan penjelasan akan hubungan dari variabel independen dengan variabel independen. Penelitian ini bisa dijelaskan dengan kerangka pemikiran secara teoritis sebagai berikut:

**Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir**



Penelitian ini mengenai pengaruh ukuran kepemilikan saham publik (X1), profitabilitas (X2), ukuran perusahaan (X3), *leverage* (X4), dan ukuran dewan komisaris (X5) terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* untuk bank syariah di Indonesia periode 2016-2019. Variabel bebas (Independen) untuk penelitian ini merupakan ukuran perusahaan, profitabilitas, ukuran kepemilikan saham, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris. Sedangkan variabel terikat (dependen) yaitu tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* pada bank syariah di Indonesia periode 2016-2019.

<sup>102</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 60.

#### D. Hipotesis

Hipotesis adalah hasil jawaban yang sifatnya hanya sementara dari rumusan masalah yang diangkat, dimana pada rumusan permasalahan yang terdapat pada penelitian bentuknya pernyataan. Bisa dibilang bersifat sementara dikarenakan jawaban baru harus dicocokkan berdasarkan teori yang relevan bukan berdasarkan fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.<sup>103</sup> Untuk bisa tahu apakah ada dan tidak pengaruh ukuran sebuah perusahaan, profitabilitas, ukuran kepemilikan saham, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* pada bank umum syariah di Indonesia periode 2016-2019 yaitu dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pengaruh ukuran kepemilikan saham publik terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*.

Kepemilikan saham publik yakni porsi saham yang dipunyai oleh masyarakat akan saham dari suatu perusahaan. Arti dari publik sendiri yakni lembaga ataupun perorangan yang memiliki saham kurang dari 5% yang berasal dari luar serta tidak ada hubungan secara khusus kepada perusahaan. Kelompok ini dikenal sebagai pemegang saham publik. Pemegang saham publik pemegang saham minoritas.<sup>104</sup>

Berdasar hasil penelitian Shifa Putri, Willy Sri, dan Eddy Budiono mengungkapkan bahwa ukuran kepemilikan saham publik berpengaruh signifikan negatif terhadap CSR.<sup>105</sup> Berdasarkan uraian hasil penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Ukuran kepemilikan saham publik berpengaruh negatif terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* pada bank umum syariah di Indonesia.

2. Pengaruh profitabilitas, terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*.

Profitabilitas menjadi salah satu aspek yang bisa membantu manajemen leluasa dalam mengungkapkan

---

<sup>103</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 64.

<sup>104</sup> Shifa Putri Hamdani.,dkk, “Kepemilikan Saham Publik Dan *Return On Assets* Tethadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”, *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer* 9, no. 1, (2017): 49.

<sup>105</sup> Shifa Putri Hamdani.,dkk, “Kepemilikan Saham Publik Dan *Return On Assets* Tethadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”, *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer* 9, no. 1, (2017): 49.

program CSR kepada para pemegang saham, sehingga bisa diperjelas bahwa profitabilitas adalah kecakapan perusahaan dalam mendatangkan laba guna meningkatnya nilai dari yang memegang saham. Dengan demikian tingginya tingkat profitabilitas maka perusahaan akan semakin besar dalam mengungkap serta melaksanakan suatu program tanggungjawab secara sosial. Hal tersebut dikarenakan pengungkapan tanggung jawab sosial membutuhkan anggaran sehingga apabila perusahaan menguntungkan maka tidak menutup kemungkinan perusahaan akan melaksanakan program CSR yang lebih besar.<sup>106</sup>

Penelitian oleh Syailendra Eka Saputra menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur dengan *return on asset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*.<sup>107</sup> Dengan perolehan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis penelitian ini yakni:

H2: Profitabilitas berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* pada bank umum syariah di Indonesia.

3. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*.

Berpengaruhnya ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial hal ini dengan alasan semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin meningkat pengungkapan tanggung jawab sosialnya dibanding perusahaan yang tingkatnya lebih kecil. Sebagaimana umumnya, perusahaan yang mempunyai sumber daya yang besar, penjualan yang bagus, keterampilan pegawai yang mumpuni, sistem kerja modern, berbagai jenis item, struktur kepemilikan lengkap, sehingga mereka harus meningkatkan eksposur yang lebih luas. Praktik pengungkapan tanggung jawab sosial berperan penting bagi perusahaan sebab suatu perusahaan bisa berjalan dalam

---

<sup>106</sup> Dirvi Surya Abbas.,dkk, “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran perusahaan, Leverage, Dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”, *Jurnal Competitive* 3, no. 2, (2019): 3.

<sup>107</sup> Syailendra Eka Putra, “Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas Dan *Size* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia, *Journal of Economic and Economic Education* 5 no.1 (2017): 75.

masyarakat dan kegiatannya jarang menimbulkan dampak sosial serta lingkungan.<sup>108</sup>

Berdasarkan penelitian oleh Artha Yurdila J, H. Mukhzarudf, dan Wiralestari menunjukkan bahwa dalam uji parsial profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR sedang ukuran perusahaan, dewan komisaris, *leverage* dan pengungkapan media berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR.<sup>109</sup> Dengan perolehan hasil penelitian maka didapatkan rumusan hipotesis:

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* pada bank umum syariah di Indonesia.

4. Pengaruh *leverage* terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*.

Sebagai bagian kinerja keuangan fundamental perusahaan, *leverage* menunjukkan keahlian perusahaan sebagai pengelola sumber dana, baik dari hutang maupun dari modal perusahaan. Peningkatan rasio *leverage* ini menunjukkan perusahaan memerlukan dana segar yang tinggi, selain itu tingginya nilai *leverage* juga menunjukkan perusahaan sangat bergantung pada utang yang bisa menimbulkan dampak operasional perusahaan.<sup>110</sup> Hal tersebut dapat memicu pengeluaran CSR oleh perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan.

Menurut penelitian Artha Yurdila J, H. Mukhzarudf, dan Wiralestari menunjukkan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR selain itu ukuran dari perusahaan, dewan komisaris, *leverage* dan pengungkapan media memiliki pengaruh yang signifikan untuk pengungkapan CSR.<sup>111</sup> Berdasarkan uraian

---

<sup>108</sup> Imam Ghozali dan Anis Chariri, *Teori Akuntansi*, (Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro, 2007), 76.

<sup>109</sup> Martha Yurdila J, H. Mukhzarudf, Wiralestari, "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dewan Komisaris, Leverage, Dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Yang Go Public Dan Listing Di Bursa Efek Indonesia (BEI), (2018): 11.

<sup>110</sup> Syailendra Eka Putra, "Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas Dan Size Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia," *Journal of Economic and Economic Education* 5, no. 1 (2017): 75-89.

<sup>111</sup> Martha Yurdila J, H. Mukhzarudf, Wiralestari, "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dewan Komisaris, Leverage, Dan Pengungkapan Media Terhadap

penelitian tersebut, maka didapatkan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H4: *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* pada bank umum syariah di Indonesia.

5. Pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*.

Dewan komisaris yakni dewan atau pihak-pihak yang memiliki kewajiban dalam melaksanakan pengawasan dan evaluasi serta memberi keputusan dan persetujuan yang telah dirancang oleh dewan direksi. Hal tersebut menjadikan dewan komisaris memiliki kewenangan atas keputusan yang dibuat untuk memajukan perusahaan. Sehingga semakin besar ukuran dewan komisaris, maka semakin mudah bagi direksi untuk mengontrol dan mengawasi.<sup>112</sup>

Berdasar hasil penelitian Agung Arista dan Eka Ardani menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris dinyatakan memiliki pengaruh yang positif terhadap CSR.<sup>113</sup> Berdasarkan penjelasan hasil penelitian, maka didapatkan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H5: Dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* untuk bank umum syariah yang ada di Indonesia.

---

Penungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Yang Go Public Dan Listing Di Bursa Efek Indonesia (BEI), (2018): 11.

<sup>112</sup> Aurellia Adi Leksono dan Sansaloni Butar Butar, "Pengaruh Good Corporate Governance Dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Penungkapan Corporate Socialresponsibility", *Jurnal Akuntansi Bisnis* 16, no. 1 (2018): 5.

<sup>113</sup> Agung Arista dan Eka Ardani, " Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Dewan Lomisaris Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan,"*Jurnal Akuntansi Universitas Udanaya* 11, 2 (2015): 84.