

**ANALISIS PELAPORAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
PERBANKAN SYARIAH  
DALAM PERSPEKTIF *SYARIAH ENTERPRISE THEORY*  
(Studi Pada Laporan Tahunan Bank BRI Syariah  
dan Bank Syariah Mandiri Periode 2019-2020)**

**SKRIPSI**

**ALFI DYNARA PUTRI**

**NPM 1751020006**



**Program Studi Perbankan Syariah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**RADEN INTAN LAMPUNG**

**1443 H / 2021 M**

**ANALISIS PELAPORAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PERBANKAN SYARIAH**

**DALAM PERSPEKTIF *SYARIAH ENTERPRISE THEORY***  
**(Studi Pada Laporan Tahunan Bank BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri**  
**Periode 2019-2020)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

dalam Ilmu Perbankan Syariah

Oleh

**ALFI DYNARA PUTRI**

**NPM : 1751020006**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**Pembimbing I : Prof. Dr. H. Suharto, S. H., M. A.**

**Pembimbing II : Dr. Muhammad Iqbal Fasa, M. E. I.**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**RADEN INTAN LAMPUNG**

**1443 H / 2021 M**

## ABSTRAK

Pertanggung jawaban sosial perusahaan menjadi sebuah isu penting pada saat ini. Pertanggung jawaban sosial selanjutnya disebut CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan inti dari dasar etika bisnis bagi setiap perusahaan. *Falah* sebagai tujuan ekonomi Islam dan kedudukan manusia sebagai khalifah di bumi ini memberikan dasar perusahaan bahwa perusahaan tidak hanya bertujuan mencapai keuntungan semata, dan tidak hanya bertanggung jawab kepada *stakeholder* (pemegang saham), tapi ada pihak-pihak lain, yaitu sebagaimana yang tertuang dalam syariah enterprise theory : pertanggungjawaban kepada Allah (vertikal), dan pertanggungjawaban horizontal pada umat manusia dan lingkungan alam. Serta dengan adanya saham index syariah yang mewajibkan perusahaan-perusahaan di dalam saham index syariah harus menjalankan kegiatannya sesuai dengan prinsip syariah. Sehingga dalam hal ini peneliti memandang perlu meneliti kesesuaian konsep syariah pada PT Bank BRI Syariah dan PT Bank Syariah Mandiri dalam laporan pertanggung jawaban sosial berdasarkan prinsip *Shariah Enterprise Theory*.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : (1) Bagaimana pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Bank BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Periode 2019-2020?, (2) Bagaimana Pelaporan *Corporate Social Responsibility* Bank BRI Syariah dan Periode 2019-2020 apakah sudah sesuai dengan konsep tanggungjawab sosial berdasarkan perspektif *Shariah Enterprise Theory*?, (3) Bagaimana Pelaporan *Corporate Social Responsibility* Bank Syariah Mandiri Periode 2019-2020 apakah sudah sesuai dengan konsep tanggungjawab sosial berdasarkan perspektif *Shariah Enterprise Theory*?. Tujuan dari penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui dan menjelaskan informasi-informasi apa saja terkait tanggungjawab sosial perusahaan yang diungkapkan Bank BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Periode 2019-2020, (2) Untuk menganalisis kesesuaian antara

informasi terkait dengan tanggungjawab social yang diungkapkan Bank BRI Syariah Periode 2019-2020 dengan konsep pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berdasarkan *Shariah Enterprise Theory*, (3) Untuk menganalisis kesesuaian antara informasi terkait dengan tanggungjawab social yang diungkapkan Bank Syariah Mandiri Periode 2019-2020 dengan konsep pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berdasarkan *Shariah Enterprise Theory*.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dan data yang di analisis adalah data *Corporate Social Responsibility* yang terdapat pada annual report PT Bank BRI Syariah dan PT Bank Syariah Mandiri tahun 2019-2020. Untuk mengetahui tingkat pengungkapan kinerja sosial perusahaan berdasarkan *Shariah Enterprise Theory* , dengan teknik pengumpulan data berupa teknik dokumentasi dan studi pustaka.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Secara umum, Bank BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri sudah melaksanakan keempat sub item *Shariah Enterprise Theory*, yaitu akuntabilitas vertikal kepada Tuhan, Akuntabilitas horizontal kepada nasabah, akuntabilitas horizontal kepada karyawan, dan akuntabilitas horizontal kepada alam. Hanya saja belum melengkapi setiap dimensi sub item tersebut. Skor pengungkapan tertinggi yang diperoleh yaitu 93.7% pada Bank BRI Syariah tahun 2020 dan 87.5% pada tahun 2019 dan keduanya mendapat predikat sangat Informatif. Sedangkan Bank Syariah Mandiri memperoleh skor 75% pada tahun 2019 dan 2020 dengan memperoleh predikat sangat informatif.

**Kata Kunci:** *Corporate Social Responsibility* , *Bank Syariah*, *Shariah Enterprise Theory*

## ABSTRACT

Corporate social responsibility has become an important issue at this time. Social responsibility, hereinafter referred to as CSR (Corporate Social Responsibility) is the core of the basic business ethics for every company. Falah as the goal of Islamic economics and the position of humans as caliphs on this earth provides the company's basis that the company does not only aim to achieve profit, and is not only responsible to stakeholders (shareholders), but there are other parties, namely as stated in shariah. enterprise theory: accountability to God (vertical), and horizontal accountability to mankind and the natural environment. As well as the existence of sharia index shares which require companies in sharia index shares to carry out their activities in accordance with sharia principles. So in this case the researcher considers it necessary to examine the suitability of the sharia concept at PT Bank BRI Syariah and PT Bank Syariah Mandiri in social responsibility reports based on the principles of Shariah Enterprise Theory.

The formulation of the problem in this study are: (1) How is the disclosure of Corporate Social Responsibility at BRI Syariah Banks and Mandiri Syariah Banks for the 2019-2020 period?, (2) How is the Corporate Social Responsibility Reporting of BRI Syariah Banks and the 2019-2020 period in accordance with the concept social responsibility based on the perspective of Shariah Enterprise Theory?, (3) How is the Corporate Social Responsibility Reporting of BBank Syariah Mandiri for the 2019-2020 period in accordance with the concept of social responsibility based on the perspective of Shariah Enterprise Theory?. The purposes of this study are: (1) To find out and explain any information related to corporate social responsibility disclosed by Bank BRI Syariah and Bank Syariah Mandiri for the 2019-2020 period, (2) To analyze the suitability of information related to social responsibility disclosed Bank BRI Syariah for the 2019-2020 period with the concept of disclosure of Corporate Social Responsibility based on Shariah Enterprise Theory, (3) To analyze the suitability of information related to social responsibility disclosed by

Bank Syariah Mandiri for the 2019-2020 period with the concept of disclosure of Corporate Social Responsibility based on Shariah Enterprise Theory.

This research method uses a qualitative descriptive approach, and the data analyzed is Corporate Social Responsibility data contained in the annual reports of PT Bank BRI Syariah and PT Bank Syariah Mandiri in 2019-2020. To determine the level of disclosure of corporate social performance based on Shariah Enterprise Theory, data collection techniques are in the form of documentation and literature studies.

The results of this study indicate that in general, Bank BRI Syariah and Bank Syariah Mandiri have implemented the four sub-items of Syariah Enterprise Theory, namely vertical accountability to God, horizontal accountability to customers, horizontal accountability to employees, and horizontal accountability to nature. It's just that it hasn't completed each of the sub-item dimensions. The highest disclosure score obtained was 93.7% at BRI Syariah Bank in 2020 and 87.5% in 2019 and both received the very Informative predicate. Meanwhile, Bank Syariah Mandiri received a score of 75% in 2019 and 2020 by obtaining a very informative predicate.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Sharia Bank, Shariah Enterprise Theory



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 35131 Telp: (0721) 704030

SURAT PERNYATAAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

- Nama : Alfi Dynara Putri
- NPM : 1751020006
- Jurusan : Perbankan Syariah
- Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "ANALISIS PELAPORAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERBANKAN SYARIAH DALAM PERSPEKIF SHARIAH ENTERPRISE THEORY (Studi Kasus Pada Laporan Tahunan Bank BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Periode 2019-2020)" adalah benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun salinan dari karya orang lain pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada pihak penyusun. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Bandar Lampung, Oktober 2021



Alfi Dynara Putri  
NPM.1751020006



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG FAKULTAS EKONOMI DAN  
BISNIS ISLAM**

*Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 35131 Telp (0721) 704030*

**PERSETUJUAN**

**Judul** : ANALISIS PELAPORAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PERBANKAN SYARIAH DALAM PERSPEKTIF SYARIAH ENTERPRISE THEORY (Studi Kasus Pada Laporan Tahunan Bank BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Periode 2019-2020)

**Nama** : Alfi Dynara Putri  
**NPM** : 1751020006  
**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis Islam

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Unversitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

**Pembimbing I,**

**Pembimbing II,**

**Prof. Dr. H. Suharto, S.H.,M.A Dr. Muhammad Iqbal Fasa, M.E.I**

**NIP. 195304231980031003**

**NIP. 199009182019003**

**Mengetahui**

**Ketua Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy**

**NIP. 198208082011012009**





**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
RADEN INTAN LAMPUNG FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung Telp  
(0721) 703260

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **“ANALISIS PELAPORAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERBANKAN SYARIAH DALAM PERSPEKTIF SHARIAH ENTERPRISE THEORY (Studi Pada Laporan Tahunan Bank BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Periode 2019-2020)”**, disusun oleh, **Alfi Dynara Putri, NPM: 1751020006**, program studi **Perbankan Syariah**, Telah di Ujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan pada Hari/Tanggal : **Jum’at, 19 November 2021**

**Tim Penguji**

Ketua : Dr. H. Nasrudin, M.Ag (.....)

Sekretaris : Gustika Nurmalia, M.E (.....)

Penguji I : Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy (.....)

Penguji II : Prof. Dr. H. Suharto, S.H., M.A (.....)

Penguji III : Dr. Muhammad Iqbal Fasa, M. E.I (.....)

**Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Prof. Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.i  
NIP. 198008012003121001**



## MOTTO

وَعَسَىٰ أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ وَعَسَىٰ أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ  
لَّكُمْ ۗ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

(QS. Al-Baqarah 261)

*"Boleh jadi kamu membenci sesuatu namun ia amat baik bagimu  
dan boleh jadi engkau mencintai sesuatu namun ia amat buruk  
bagimu, Allah Maha Mengetahui sedangkan kamu tidak  
mengetahui."*<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran Dan Terjemahnya*  
(bandung: cv penerbit diponegoro, 2010), h. 44.

## PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang Maha menguasai dan Maha mengatur segala kehidupan di muka bumi ini, dengan rahmat dan ridhonya Allah SWT hamparkan ilmu di muka bumi ini yang begitu luas untuk menjadi petunjuk bagi hamba-hambanya yang selalu bersyukur. Shalawat beriring salam saya haturkan kehadiran manusia penuh tauladan sepanjang masa dan suri tauladan yang penuh dengan ramatan lil' alamin yakni Nabi Muhammad SAW.

Dengan mengucapkan lafadz Basmalah penulisan skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku tercinta Ayahanda Ahmad dan Ibunda Dwi Rahayu Lestari dengan segenap jiwa raganya yang tiada henti dan tiada lelah bahkan dengan sabar dan ikhlas membesarkan, membimbing, mendidik, memberikan motivasi serta nasihat dan terus mendo'akan disetiap nafas dan langkah untuk kebahagiaan dan keberhasilan hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan perguruan tinggi UIN Raden Intan Lampung, semoga Allah selalu memberikan kebahagiaan dan kesehatan serta melindungi dan menjadikan ke golongan orang-orang yang diberikan ridho-Nya dan kelak dihadiahkan syurga. Aamiin.
2. Adikku yaitu Shofy Syifana Putri dan Fatan Fadhilah Ahmad. Semoga saya bisa menjadi contoh yang baik untuk kalian dan semoga kita menjadi anak-anak yang membanggakan terutama untuk orang tua kita. Aamiin.
3. Keluarga Besar yang tidak bisa kusebutkan satu per satu dan Orang baik yang selalu memberikan energi positif agar aku semangat dalam mengerjakan skripsi dan menyelesaikan kuliah dengan baik, serta selalu mendukung dalam hal kebaikan yaitu Fajar Kurniawan. Semoga kamu selalu dikelilingi oleh orang-orang baik dan sukses dunia akhirat. Aamiin.

4. Almamater tercinta yaitu UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang tiada bisa di hitung nilainya, tentunya akan selalu ku kenang dan kubanggakan semoga selalu menjadi universitas yang menjadikan mahasiswanya berpengetahuan, berkualitas dan berintegritas.

## RIWAYAT HIDUP

### A. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Alfi Dynara Putri  
Tempat Tanggal Lahir : Gunung Rejo, 23 April 2000  
Alamat : Gunung Rejo, Kec. Way Lima, Kab. Pesawaran  
Telpon : 0882-8610-7191  
Email : [alfidinaraputri45@gmail.com](mailto:alfidinaraputri45@gmail.com)

### B. PENDIDIKAN

1. SD Negeri 01 Gunung Rejo, lulus pada tahun 2011.
2. MTs Negeri Gunung Rejo, lulus pada tahun 2014.
3. MA Al-Hikmah, lulus pada tahun 2017.
4. Pada tahun 2017 penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi UIN Raden Intan Lampung dengan mengambil Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Penulis pernah bergabung dalam organisasi Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) dan UKM F RISEF. Dan Pada bulan Juli 2020 penulis melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Gunung Rejo, Kecamatan Way Lima, Kabupaten Pesawaran.

Bandar Lampung, Oktober 2021

**Alfi Dynara Putri**  
**NPM. 1751020006**

## KATA PENGANTAR

### *Assalamu'alaikum Wr Wb*

Alhamdulillah puji Syukur Kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul Analisis Pelaporan *Corporate Social Responsibility* Perbankan Syariah dalam Perspektif *Shariah Enterprise Theory* (Studi Kasus Pada Laporan Tahunan Bank BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Periode 2019-2020) dalam rangka memenuhi syarat untuk menyelesaikan studi pada program strata satu (S1) Jurusan Perbankan Syariah untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Sholawat serta salam semoga selalu tercurah kepada baginda nabi Muhammad SAW yang telah membawa manusia dari zaman jahiliah menuju zaman terang benderang yakni adanya dinul islam, yang telah membawa ajaran sempurna dan diantaranya yaitu menganjurkan kepada manusia untuk menuntut ilmu pengetahuan agar dapat dimanfaatkan dalam segala aspek kehidupan.

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dengan tidak mengurangi rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Moh. Mukri, M.Ag, selaku Rektor UIN Raden Intan Lampung. Yang selalu memotivasi mahasiswa dan mahasiswi untuk menjadi pribadi yang berkualitas dan menjunjung tinggi nilai-nilai Islami.
2. Prof. Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung
3. Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
4. Prof. Dr. H. Suharto, S. H.,M.A. selaku Pembimbing I dan Dr. Muhammad Iqbal Fasa, M.E.I. selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan penulis dengan ikhlas dan

sabar hingga akhir penyusunan skripsi ini, semoga barokah ilmu dan pengetahuan yang diberikan selama ini.

5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah membekali ilmu, sehingga penulis dapat menyusun suatu karya ilmiah ini.
6. Pimpinan dan karyawan Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan informasi, data, referensi, dan lain-lain.
7. Sahabat-sahabat seperjuangan yaitu teman kosan, teman kuliah, teman organisasi, teman KKN, teman satu kelas dan teman-teman Jurusan Perbankan Syariah angkatan 2017 dan juga teman-teman sejawat yang beda universitas.
8. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dan membantu penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung

Dengan bantuan yang telah diberikan oleh semua pihak tersebut penulis mengucapkan terimakasih, semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan ampunan-Nya bagi hamba-hambanya yang beramal sholeh dan berbudi baik kepada sesamanya. Akhirnya dengan rasa mendalam penulis memohon ridho Allah SWT, seraya berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca, *Aamiin*.

*Wassalamu 'alaikum Wr Wb*

**Bandar Lampung, Oktober 2021**  
**Penulis,**

**Alfi Dynara Putri**  
**NPM.1751020006**

## DAFTAR ISI

|   |              |
|---|--------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                                      | <b>i</b>     |
| <b>ABSTRAK .....</b>  | <b>ii</b>    |
| <b>SURAT PENYATAAN .....</b>                                    | <b>vi</b>    |
| <b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>                             | <b>viii</b>  |
| <b>PENGESAHAN .....</b>   | <b>ix</b>    |
| <b>MOTTO .....</b>  | <b>x</b>     |
| <b>PERSEMBAHAN.....</b>   | <b>xi</b>    |
| <b>RIWAYAT HIDUP .....</b>                                      | <b>xii</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                                     | <b>xiv</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>  | <b>xvi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>  | <b>xviii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                                      | <b>xix</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                                  | <b>1</b>     |
| A. Penegasan Judul .....  | 1            |
| B. Latar Belakang Masalah.....                                  | 2            |
| C. Batasan Masalah .....  | 13           |
| D. Rumusan Masalah.....   | 14           |
| E. Tujuan Penelitian .....                                      | 14           |
| F. Manfaat Penelitian .....                                     | 14           |
| G. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....                       | 15           |
| H. Kerangka Pikir .....   | 17           |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>                               | <b>21</b>    |
| A. <i>Corporate Social Responsibility</i> .....                 | <i>21</i>    |
| 1. Pengertian, Strategi dan Dasar Hukum.....                    | 21           |
| a. <i>Pengertian Corporate Social Responsibility</i> .....      | <i>21</i>    |
| b. <i>Strategi Corporate Social Responsibility</i> .....        | <i>29</i>    |
| c. <i>Dasar Hukum Corporate Social Responsibility</i> .....     | <i>39</i>    |
| 2. Prinsip-Prinsip <i>Corporate Social Responsibility</i> ..... | <i>41</i>    |
| 3. Dampak <i>Corporate Social Responsibility</i> .....          | <i>47</i>    |
| B. Teori-Teori <i>Corporate Social Responsibility</i> .....     | <i>48</i>    |
| 1. <i>Legitimacy Theory</i> .....                               | <i>48</i>    |
| 2. <i>Stakeholders Theory</i> .....                             | <i>51</i>    |
| C. <i>Shariah Enterprise Theory</i> .....                       | <i>57</i>    |



|   |            |
|---|------------|
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>  | <b>63</b>  |
| A. Jenis dan Sifat Penelitian .....   | 63         |
| 1. Jenis Penelitian.....  | 63         |
| 2. Sifat Penelitian .....   | 63         |
| B. Sumber Data .....  | 63         |
| C. Metode Pengumpulan Data.....   | 64         |
| D. Analisis Data .....  | 64         |
| <br>  |            |
| <b>BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....</b>  | <b>67</b>  |
| A. Penyajian Data.....  | 67         |
| 1. Gambaran Umum Perusahaan .....   | 67         |
| a. Profil dan Sejarah Bank BRI Syariah .....  | 67         |
| b. Profil dan Sejarah Bank Syariah Mandiri.....   | 79         |
| c. Visi dan Misi Bank BRI Syariah.....  | 85         |
| d. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri.....  | 86         |
| B. Analisis Data .....  | 87         |
| 1. Analisis Pelaporan Konsep <i>Corporate Social Responsibility</i> Bank BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Menurut <i>Shariah Enterprise Theory</i> .....            | 87         |
| a. Pelaporan <i>Corporate Social Responsibility</i> Bank BRI Syariah Periode 2019-2020.....   | 87         |
| b. Pelaporan <i>Corporate Social Responsibility</i> Bank Syariah Mandiri Periode 2019-2020 .....  | 93         |
| c. Pelaporan <i>Corporate Social Responsibility</i> Bank BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Periode 2019-2020 Dalam Perspektif <i>Shariah Enterprise Theory</i> ..... | 101        |
| <br>  |            |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>   | <b>119</b> |
| A. Kesimpulan.....  | 119        |
| B. Saran.....   | 120        |
| <br>  |            |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>   |            |

## DAFTAR TABEL

|           |   |     |
|-----------|---|-----|
| Table 1.1 | Strategi Kepemimpinan Korporat dalam CSR dan Contoh Perusahaan yang Berhasil Menerapkan Kepemimpinandalam CSR.....  | 32  |
| Tabel 1.2 | Aspek Mikro dan Aspek Makro dalam Falah   | 46  |
| Table 1.3 | Program <i>Corporate Social Responsibility</i> Bank Syariah Mandiri Tahun 2019-2020 .....   | 96  |
| Table 2.1 | Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> Bank BRI Syariah Tahun 2019-2020 Dilihat Dengan Indikator <i>Shariah Enterprise Theory</i> .<br>..... | 103 |
| Table 2.2 | Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> Bank Syariah Mandiri Tahun 2019-2020 Dilihat Dengan Indikator <i>Shariah Enterprise Theory</i> .....  | 105 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1.1 Grafik Jumlah Perbankan Syariah Di Indonesia Tahun 2016-2020..... | 10 |
| Gambar 1.2 Grafik Jumlah KaTahun 2016-2020 .....                             | 11 |
| Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....   | 18 |
| Gambar 2.2 Logo Bank BRI Syariah .....                                       | 67 |
| Gambar 2.3 Implementasi Aklak Nilai-Nilai BUMN.....                          | 78 |
| Gambar 2.4 Logo Bank Syariah Mandiri .....                                   | 79 |

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Untuk memperjelas dan menghindari kesalahpahaman alam memahami judul skripsi ini, Maka penulis perlu menjelaskan terlebih dahulu beberapa istilah-istilah yang digunakan dalam judul skripsi ini, adapun judul skripsi ini ialah “**ANALISIS PELAPORAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERBANKAN SYARIAH DALAM PERSPEKTIF SHARIAH ENTERPRISE THEORY**” (Studi Pada Laporan Tahunan Bank BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Periode 2018-2019). Istilah-istilah tersebut adalah :

1. **Analisis** adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.<sup>1</sup>
2. **Corporate Social Responsibility** ialah suatu konsep tentang bagaimana suatu perusahaan berusaha dalam mengintegrasikan aspek lingkungan, sosial, dan pemangku kepentingan atas dasar “*Voluntary*” dalam melakukan aktivitas usahanya.<sup>2</sup>
3. **Perbankan Syariah** adalah lembaga keuangan yang operasionalnya dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Quran dan Hadist Nabi SAW. Dengan kata lain, bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya

---

<sup>1</sup> Deparemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), h. 44.

<sup>2</sup> Pregnandia Ladina, Topo Wijono, “Analisis Pelaporan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Induk Dan Subsidiary Tahun 2014 (Studi Pada Perusahaan Induk Dan Subsidiary Yang Terdaftar Di BEI Dan Menggunakan Pedoman GRI G4)”, *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, Vol. 41, No. 1, Tahun 2016, h. 1.

dalam lalulintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoprasiannya disesuaikan dengan prinsip syariah islam.<sup>3</sup>

4. ***Shariah Enterprise Theory*** ialah konsep yang dikembangkan berdasarkan pada metafora zakat yang pada dasarnya memiliki karakter keseimbangan. Konsekuensi dari nilai keseimbangan ini menyebabkan *Shariah Enterprise Theory* memiliki kepedulian yang besar pada *Stakeholders* yang luas. Menurut *Shariah Enterprise Theory*, *Stakeholders* meliputi Tuhan, manusia dan alam.<sup>4</sup>

Berdasarkan istilah-istilah di atas, maka penulis menegaskan bahwa judul dari skripsi ini adalah Analisis Pelaporan *Corporat Social Responsibility* Perbankan Syariah Dalam Perspektif *Syariah Enterprise Theory* (Studi Pada Laporan Tahunan Bank BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Periode 2018-2019). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kesesuaian antara CSR pada kedua perusahaan tersebut dengan konsep *Shariah Enterprise Theory*.

## **B. Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi seperti sekarang ini tentu saja menciptakan persaingan bisnis yang amat ketat dan juga dihadapkan oleh tantangan yang menyentuh dari berbagai macam aspek. Berbicara mengenai perseroan, tidak terlepas dari tujuan perseroan itu sendiri, perseroan yang didirikan dengan latar belakang kebutuhan social tumbuh dan berkembang dengan tujuan utamanya yaitu *profit*. Seiring dengan tujuan utama perseroan, perkembangan dunia usaha saat ini tidak terlepas dari lingkungan eksternalnya. Lingkungan eksternal yang dimaksud disini mengacu pada lingkungan di luar perseroan. Dalam mengejar keuntungan, perseroan juga harus memperhatikan masyarakat dan

---

<sup>3</sup> Muhamad, "*Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*", (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016), h. 1.

<sup>4</sup> Iwan Triyuwono, "Mengangkat Sing Liyan Untuk Formulasi Nilai Tambah Syariah", *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, Vol. 2, No. 2, Tahun 2011, h.188.

lingkungan sekitar agar kegiatan yang dilakukan oleh perseroan dapat berjalan secara seimbang. Sehingga hal ini memunculkan sebuah konsep yang didasarkan oleh tanggung jawab social atau yang sering disebut dengan istilah (CSR) *Corporate Social Responsibility*.

Konsep tanggung jawab social mengemuka sejak sekitar tahun 1990-an yang berawal dari konsep kekayaan di Amerika Serikat. Pada waktu itu Andrew Cameige, pendiri perusahaan U.S.Steel, yang pada 1889 menerbitkan buku berjudul *The Gospel of Wealth* mengemukakan pemikiran klasik mengenai tanggung jawab social perusahaan. Pemikiran Cameige didasarkan pada dua prinsip pokok; pertama prinsip amal, dan kedua prinsip mengurus harta orang lain. Keduanya bersifat paternalistik, mereka memandang pemilik bisnis memiliki peran sebagai orang tua terhadap karyawan dan pelanggannya.<sup>5</sup>

Di Indonesia sendiri, pengembangan praktek dan pengungkapan CSR mendapat dukungan dari pemerintah, yaitu dengan mengeluarkan regulasi terhadap kewajiban praktek dan pengungkapan CSR melalui Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Tahun 2007 pasal 66 dan 74. Pada pasal 66 ayat (2) bagian C disebutkan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sedangkan dalam pasal 74 dijelaskan bahwasanya kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab social dan lingkungan bagi perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam.<sup>6</sup>

Selain itu, kewajiban pelaksanaan CSR juga diatur dalam Undang-Undang Penanaman Modal No.25 Tahun 2007 pasal 15 bagian b, pasal 17 dan pasal 34. Pada pasal 15 bagian b

---

<sup>5</sup> Poerwanto, "*New Bussines Administration*", (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), h.84.

<sup>6</sup> Marthin Marthin et all., "Implementasi Prinsip Corporate Social Responsibility (CSR) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas", *Journal of Private and Commercial Law*, Vol. 1, No. 1, Tahun 2018, h. 112.

disebutkan bahwa setiap penanam modal wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, pada pasal 17 dijelaskan bahwa penanam modal yang mengusahakan sumber daya alam yang tidak terbarukan wajib mengalokasikan dana secara bertahap untuk pemulihan lokasi yang memenuhi standar kelayakan lingkungan hidup, yang pelaksanaannya diatur sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Sedangkan pada pasal 34 disebutkan bahwa badan usaha atau usaha perseroan sebagaimana dimaksud dalam pasal 5 yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana ditentukan dalam pasal 15 dapat dikenai sanksi administratif.<sup>7</sup>

*Social Responsibility* memiliki pengaruh baik bagi masyarakat dan ekonomi. Biaya sosial yang ditanggung perusahaan kondusif untuk meningkatkan kinerja sosial, yaitu meningkatkan legitimasi dan mengurangi keluhan dari pemangku kepentingan (*Stakeholder*). Selain itu, biaya sosial juga dapat meningkatkan citra, baik di pasar komoditas maupun pasar modal.<sup>8</sup>

Meskipun *Social Responsibility* memiliki manfaat sosial (*Social Consequences*) dan ekonomi (*Economic Consequences*), perusahaan memiliki pandangan yang berbeda. Perbedaan persepsi tersebut berbanding terbalik, yaitu beberapa perusahaan percaya bahwa tanggung jawab sosial perusahaan bukanlah kewajiban mereka. Bahkan, tanggung jawab sosial melibatkan biaya yang besar yang sebenarnya mengganggu profitabilitas perusahaan. Pada saat yang sama, terdapat kelompok pelaku bisnis yang beranggapan bahwa tanggung jawab sosial adalah investasi jangka panjang, yang kondusif untuk meningkatkan citra dan legitimasi, sehingga dapat digunakan sebagai landasan bagi konstruksi strategi

---

<sup>7</sup> Otoritas Jasa Keuangan, "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007".

<sup>8</sup> Nor Hadi, "*Corporate Social Responsibility*", (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 65.

perusahaan.<sup>9</sup> Yusuf Wibisono memetakan cara pandang perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab sosial ke dalam tiga persepsi, yaitu :

Pertama, perusahaan melakukan tanggung jawab sosial sekedar basa-basi dan keterpaksaan. Artinya, perusahaan melakukan tanggung jawab sosial lebih karena mematuhi anjuran peraturan dan perundangan, mauun tekanan eksternal (*external driven*). Di samping itu, perusahaan melakukan tanggung jawab juga untuk membangun *image* positif, sehingga tanggung jawab sosial bersifat jangka pendek, karitatif, dan insidental. Contoh riil adalah pelaksanaan bantuan saat bencana alam, dimaksudkan untuk meningkatkan simpati terhadap perusahaan. Kegiatan tersebut tidak sampai mendorong penguatan kehidupan masyarakat pasca bencana.<sup>10</sup>

Kedua, tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan dalam rangka memenuhi kewajiban (*Compliance*). Disini, tanggung jawab sosial dilakukan atas dasar anjuran regulasi yang harus dipatuhi, seperti Undang-Undang No.40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas, keputusan menteri BUMN Nomor KEP-04/MBU/2007 tentang program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, peraturan *Stock Echange Comission*, dan sejenisnya.<sup>11</sup>

Ketiga, perusahaan melakukan tanggung jawab sosial bukan hanya sekedar *compliance* namun *beyond compliance*. Disini, tanggung jawab sosial didudukan sebagai bagian dari aktivitas perusahaan. *Social Responsibility* tumbuh secara internal (*internal driven*). Sikap terbuka dalam memandang tanggung jawab sosial telah masuk dalam berbagai ranah. Tanggung jawab perusahaan tidak hanya diukur dari *economic measurement*, namun juga sebagai upaya mematuhi peraturan

---

<sup>9</sup> *Ibid.*, h. 65-66

<sup>10</sup> Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep Dan Aplikasi Corporate Social Responsibility* (Gresik: Fascho Publishing, 2007), h. 57.

<sup>11</sup> *Ibid.*, h. 59.



dan perundangan, dan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan.<sup>12</sup>

Konsep tanggung jawab sosial telah disebutkan dalam kitab suci Al-Qur'an dan Al-Hadist diantaranya sebagai berikut :

(Q.S. Al-Isra ayat 36)

وَلَا تَفْقُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ  
كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا - ٣٦

*“Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan dimintai pertanggung jawabannya”*.<sup>13</sup>

(Q.S. Al-Muddassir ayat 38)

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ - ٣٨

*“Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukannya”*.<sup>14</sup>

(Hadist Riwayat Abdullah ibn Umar)

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: أَلَا  
كُلُّكُمْ رَاعٍ وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ

*“Hadist dari Abdullah Ibn Umar bahwa dia mendengar Rasulullah telah bersabda: “Setiap kalian*

<sup>12</sup> *Ibid.*, h. 60.

<sup>13</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, " *Al-Quran Dan Terjemahnya* " , (Bandung: Cv Penerbit Diponegoro, 2010), h. 283.

<sup>14</sup> *Ibid.*, h. 575.

*adalah pemimpin dan setiap pemimpin akan diminta pertanggung jawaban atas yang dipimpinnya”.*<sup>15</sup>

Ayat-ayat di atas menjelaskan bahwa setiap segala sesuatu yang kita perbuat pasti akan dimintai pertanggungjawabannya kelak di akhirat, dan setiap manusia maupun entitas bisnis khususnya perbankan syariah harus melakukan tanggungjawabnya dengan baik.

Beberapa penelitian menyebutkan bentuk pelaksanaan tanggungjawab sosial yang dilakukan oleh bank syariah masih dianggap sebagai alat untuk membentuk citra perusahaan semata yang ujungnya akan menguntungkan pihak perusahaan. Kondisi yang demikian bertolak belakang dengan filosofi perbankan syariah yang berlandaskan prinsip syariah yang mendorong untuk beroperasi dengan landasan moral, etika, dan tanggungjawab soial.

*Corporate Social Responsibility* yang diungkapkan oleh kedua Bank BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri pada periode sebelum 2019-2020 tidak banyak menyebutkan aspek-aspek yang telah dilakukan oleh kedua bank tersebut terkait tanggungjawab sosialnya hal ini telah tertuang dalam *annual report* dari masing-masing bank di atas, pada tahun 2019 ke belakang tanggungjawab yang dikeluarkan oleh kedua bank ini masih cukup kurang untuk memenuhi semua bidang atau aspek-aspek seperti pada yang tertuang dalam *annual report* Bank BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri tahun 2019-2020 yakni pelestarian lingkungan hidup, ketenagakerjaan, kesehatan dan keselamatan kerja, pengembangan bidang sosial dan kemasyarakatan, dan terhadap pelanggan.<sup>16</sup>

Bank adalah lembaga perantara keuangan atau biasa disebut dengan istilah *Financial Intermediary*. Artinya, lembaga bank adalah lembaga yang dalam aktivitasnya

---

<sup>15</sup> *Ibid.*,

<sup>16</sup> Pradnyarani Dewi, “Bentuk Implementasi Tanggung Jawab Sosial Pada Bank Syariah,” *Lingkungan dan Pembangunan* 4, no. 1 (2020): 67.

berkaitan dengan masalah uang. Oleh karena itu, usaha bank akan selalu dikaitkan dengan masalah uang yang merupakan alat pelancar terjadinya perdagangan yang utama. Perbankan syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan bunga. Bank islam atau biasa disebut dengan Bank Tanpa Bunga, adalah lembaga keuangan/perbankan yang oprasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist Nabi SAW. Dengan kata lain bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta perearan uang yang pengoprasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat islam.<sup>17</sup>

Bank syari'ah di tanah air mendapat pijakan yang kokoh setelah adanya deregulasi sektor perbankan pada tahun 1983. Hal ini dikarenakan sejak saat itu diberikan keleluasaan penentuan tingkat suku bunga, termsuk nol persen (atau peniadaan bunga sekaligus). Sungguhpun demikian kesempatan ini belum termanfaatkan Karen tidak diperkenankannya pembukaan kantor bank baru. Hal ini berlangsung sampai tahun 1988 dimana pemerintah mengeluarkan pakto 1988 yang memperkenankan berdirinya bank-bank baru. Kemudian posisi perbankan syari'ah semakin pasti setelah disahkan UU Perbankan No. 7 Tahun 1992 dimana bank diberikan kebebasan untuk menentukan jenis imbalan yang akan diambil dari nasabahnya baik bunga ataupun keuntungan-keuntungan bagi hasil. Dengan terbitnya PP No. 72 tahun 1992 tentang bank bagi hasil yang secara tegas memberikan batasan bahwa "bank bagi hasil tidak boleh melakukan kegiatan usaha yang tidak berdasarkan prinsip bagi hasil (bunga) sebaliknya pula bank yang kegiatan usahanya tidak berdasarkan prinsip bagi hasil tidak diperkenankan melkukan kegiatan usaha, berdasarkan prinsip bagi hasil" (pasal 6), maka jalan bagi oprasional perbankan syari'ah semakin luas. Kini titik kulminasi telah

---

<sup>17</sup> Muhamad, *Loc.Cit.*

tercapai dengan disahkannya UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan yang membuka kesempatan bagi siapa saja yang akan mendirikan bank syari'ah maupun yang ingin mengkonversi dariu system konvensional menjadi system syari'ah. Untuk merespon semakin cepatnya pertumbuhan perbankan syari'ah di Indonesia, maka pemerintah kemudian melakukan amandemen Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 menjadi Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syari'ah.<sup>18</sup>

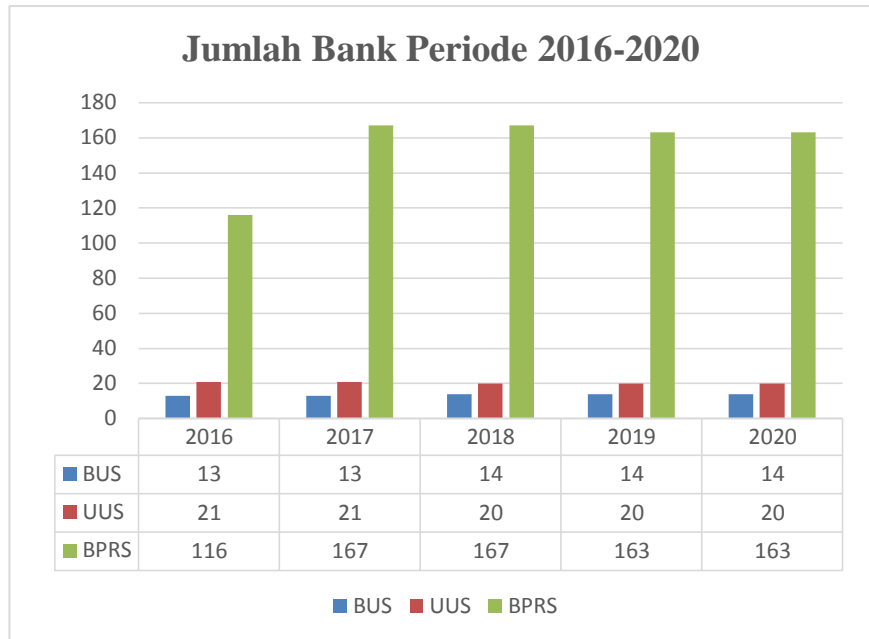
Secara umum, perbankan syari'ah di Indonesia terbagi menjadi tiga yaitu Bank Umum Syari'ah (BUS), Unit Usaha Syari'ah (UUS), dan Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah (BPRS). Menurut UU No 21 Tahun 2008 bank syari'ah merupakan lembaga bank yang melaksanakan kegiatan oprasionalnya berdasarkan prinsip syari'ah dan menurut jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah dan Bank Pengkreditan Rakyat Syari'ah. Sedangkan UUS merupakan unit kerja dari kantor pusat Bank Umum Konvensional yang melakukan kegiatannya menggunakan prinsip Syari'ah. Ketiganya merupakan tolak ukur dalam menentukan perkembangan perbankan syari'ah yang ada di Indonesia.<sup>19</sup>

Sampai saat ini perkembangan jumlah pebankan syari'ah di Indonesia yang terdiri dari BUS, UUS dan BPRS akan ditunjukkan dengan grafik 1.1 dan 1.2 berikut ini :

---

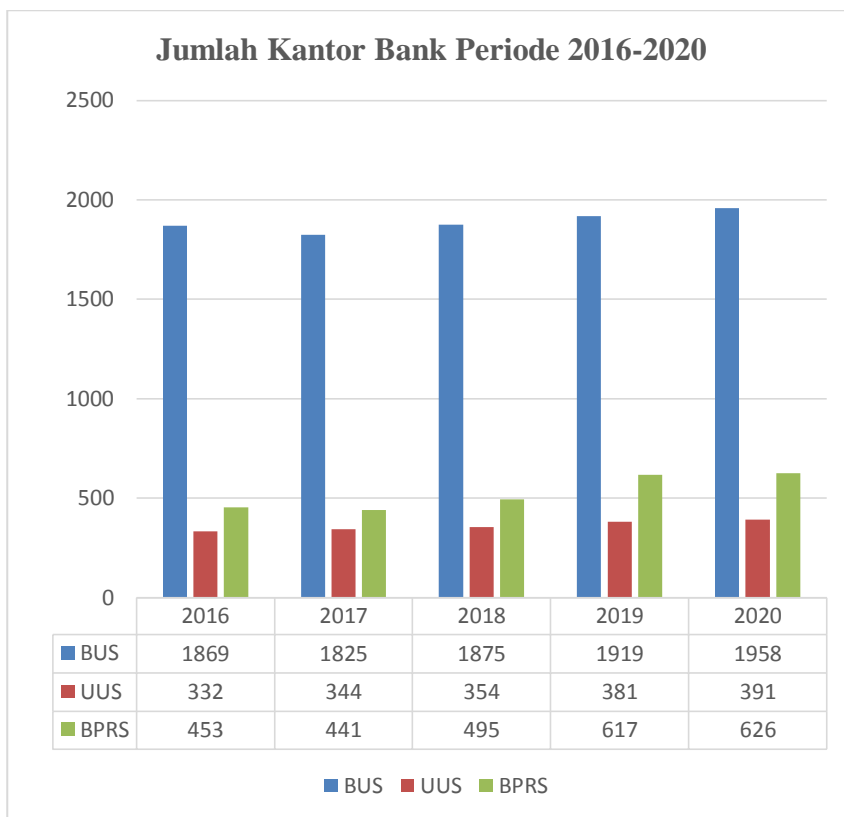
<sup>18</sup> *Ibid.*, h. 3-7

<sup>19</sup> Otoritas Jasa Keuangan, "*Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008*".



*Sumber Data Sekunder : Otoritas Jasa Keuangan (Data Diolah 2021*

**Gambar 1.1**  
**Grafik Jumlah Perbankan Syariah Di Indonesia**  
**Tahun 2016-2020**



*Sumber Data Sekunder : Otoritas Jasa Keuangan (Data Diolah 2021)*

**Gambar 1.2**  
**Grafik Jumlah Kantor Bank Di Indonesia**  
**Tahun 2016-2020\**

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat yang sesuai dengan pertumbuhan ekonomi nasional. Perkembangan dunia perbankan di Indonesia dilandasi oleh Undang-Undang perbankan syariah maupun kebijakan-kebijakan yang telah dikeluarkan oleh pemerintah. Dengan adanya peraturan Perundang-Undangan tersebut maka perkembangan serta pertumbuhan industri perbankan syariah di Indonesia memiliki landasan hukum yang sangat kuat, sehingga dapat mendorong

percepatan pertumbuhan industry perbankan syariah nasional. Sampai saat ini pertumbuhan industry perbankan syariah nasional didorong oleh otoritas jasa keuangan, yaitu otoritas jasa keuangan menuju industry perbankan syariah yang kuat, sehat, berkelanjutan dan berkontribusi positif dalam mendukung pembangunan ekonomi yang berkualitas.<sup>20</sup>

Bank syariah sebagai sebuah entitas bisnis harus mengedepankan adanya keterbukaan kejujuran, keadilan, dan kewajaran. Terkait hal ini, islam menawarkan sebuah aturan yang komperhensif, mengenai *Transparency* dan pertanggungwaban dari sebuah entitas yang merupakan bagian tak terpisahkan dari *Social Community*, dimana sebuah entitas tidak hanya sekedar dituntut untuk melakukan tagging jawabnya terhadap *Stakeholder*, pemerintah kreditor dan masyarakat saja tetapi yang lebih diutamakan adalah adanya sebuah kewajiban untuk melakukan tanggung jawab terhadap Allah SWT. Bank syariah sebagai sebuah entitas bisnis yang berkomitmen untuk menjalankan segala bentuk oprasional bisnisnya sesuai dengan nilai-nilai serta prinsip syariah seharusnya mampu mengaplikasikan pertanggungjawabannya secara menyeluruh.<sup>21</sup> Peran sosial bank syariah dan tuntutan terhadap pertanggungjawaban menyeluruh kepada Allah SWT, manusia, dan alam semesta ini merupakan alasan pentingnya dalam pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan (CSR).

Teori yang paling tepat untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam hal ini yaitu bank syariah, adalah *Shariah Enterprise Theory* (SET). Hal ini karena dalam SET Allah merupakan sumber utama. Sedangkan sumber daya yang dimiliki para *Stakeholders* ialah amanah yang di dalamnya

---

<sup>20</sup> Hani Werdi Apriyanti, "Perkembangan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia : Analisis Peluang Dan Tantangan", Jurnal *Maksimum*, Vol.7, No. 1, Tahun 2019, h.16.

<sup>21</sup> Dwi Sudaryati dan Yunita Eskadewi, "Pengaruh Corporate Governance Terhadap Tingkat Pengungkapan Corporate Social Responsibility Di Bank Syariah," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 11, No. 1, Tahun 2012, h. 14.

melekat sebuah tanggungjawab untuk menggunakannya dengan cara dan tujuan yang telah ditetapkan Allah SWT sebagai pemberi amanah.<sup>22</sup>

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk meneliti tanggungjawab sosial perusahaan pada PT Bank BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri apakah sudah sesuai dengan konsep SET mengingat telah begitu banyak bantuan sosial yang telah begitu banyak dilakukan oleh kedua bank tersebut. Dengan ini peneliti mengangkat judul : “Analisis Pelaporan *Corporate Sosial Responsibility* Perbankan Syariah Dalam Perspektif *Shariah Enterprise Theory* (Studi Kasus Pada Laporan Tahunan Bank BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Periode 2019-2020)”.

### C. Batasan Masalah

Pembatasan masalah merupakan suatu upaya untuk menetapkan batas-batas masalah dalam penelitian agar lebih jelas, sehingga dengan mudah dapat ditemukan masalah yang termasuk dan masalah yang tidak termasuk dalam penelitian. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti telah membatasi sejumlah permasalahan yang akan diteliti untuk menghindari dari penyimpangan dalam penelitian serta untuk lebih memperjelas penelitian, diantaranya :

1. Penelitian dilakukan pada 2 Bank Umum Syaria'ah yaitu, Bank BRI Syariah dan Bank Syaria'ah Mandiri
2. Rentang waktu penelitian ini ialah 2 tahun yaitu tahun 2019-2020
3. Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data sekunder yang dimana data tersebut diperoleh dari laporan keuangan Bank Umum Syaria'ah yang terdapat pada *website* resmi Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

---

<sup>22</sup> Inten Meutia, "*Menata Pengungkapan CSR Di Bank Islam Suatu Pendekatan Kritis*", (Jakarta: Citra Pustaka Indonesia, 2010), h. 50.



#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah yang akan dikaji oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaporan *Corporate Social Responsibility* pada Bank BRI Syari'ah Periode 2019-2020?
2. Bagaimana pelaporan *Corporate Social Responsibility* pada Bank Syari'ah Mandiri Periode 2019-2020?
3. Bagaimana pelaporan *Corporate Social Responsibility* Bank BRI Syari'ah dan Bank Syari'ah Mandiri Periode 2019-2020 apakah sesuai dengan konsep tanggungjawab sosial berdasarkan perspektif *Shariah Enterprise Theory*?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Pada umumnya suatu penelitian memiliki tujuan guna menambah wawasan pemikiran terhadap objek yang dikaji. Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan informasi-informasi apa saja terkait tanggung jawab sosial perusahaan yang diungkapkan Bank BRI Syari'ah Periode 2019-2020.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan informasi-informasi apa saja terkait tanggung jawab sosial perusahaan yang diungkapkan Bank Syari'ah mandiri Periode 2019-2020.
3. Untuk menganalisis kesesuaian antara informasi terkait dengan tanggung jawab sosial yang diungkapkan Bank BRI Syari'ah dan Bank Syari'ah Mandiri dengan konsep pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berdasarkan *Shariah Enterprise Theory*

#### **F. Manfaat Penelitian**

Dari penelitian ini tentunya diharapkan dapat memberikan manfaat kepada penulis maupun pihak lain. Sehingga dapat memberikan sumbangan pemikiran akademik bagi penelitian selanjutnya. Adapun manfaat dari penelitian ini ialah :

- a. Bagi Penulis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta memberikan informasi terkait pelaporan *Corporate Social Responsibility* perbankan syari'ah dalam perspektif *Shariah Enterprise Theory*

b. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan karya ilmiah untuk mendukung program wacana keilmuan perputakaan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, serta diharapkan pula dapat menjadi rujukan pada penelitian selanjutnya mengenai Analisis Pelaporan *Corporate Social Responsibility* Perbankan Syari'ah dalam Perspektif *Shariah Enterprise Theory*

c. Bagi Perbankan Syari'ah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi dan memberikan masukan pada lembaga keuangan khususnya bank syari'ah yang ada di Indonesia.

## G. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini adalah :

1. Ely Dazia, Dian Maulita, dan Dien Sefty Pramita, "Analisis Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dalam Laporan Tahunan Terhadap Koefisien Respon Laba Akuntansi" Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Laporan Tahunan terhadap Koefisien Respon Laba Akuntansi Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di LQ45 Pada Bursa Efek Indonesia periode 2010-2017. Populasi penelitian berjumlah 45 perusahaan, dan diambil sampel sebanyak 40 sampel penelitian dengan menggunakan teknik purposive sampling. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Koefisien Respon Laba Akuntansi.. Hal ini membuktikan bahwa informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

- digunakan dan dipercaya investor untuk pengambilan keputusan dalam penanaman modal.<sup>23</sup>
2. Omi Pramiana dan dan Nur Anisah, Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Shariah Enterprise Theory*” menyimpulkan bahwa BMT Masalahah telah melaksanakan *Corporate Social Responsibility* Akuntabilitas vertikal terhadap Allah SWT yang dapat dianggap sebagai upaya koprasi untuk memenuhi prinsip syari’ah antara lain dapat dilihat melalui keberadaan opini Dewan Pengawas Syari’ah (DPS). Selain itu, BMT Masalahah juga telah melakukan *Corporate Social Responsibility* Akuntabilitas horizontal terhadap nasabah dan Akuntabilitas horizontal *indirek stakeholder*.<sup>24</sup>
  3. Hardiani, Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Brand Image* (Citra Perusahaan) Studi Pada PT. Bank BRI Tbk (Persero) Cabang Makassar” Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif Infrensial, diperoleh kesimpulan bahwa *Corporate Social Responsibility* pada PT. Bank BRI Tbk (Persero) cabang Makassar berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Image* (Citra Perusahaan).<sup>25</sup>
  4. Dori Novarela “*Corporate Social Responsibility* dalam perspektif *Shariah Enterprise Theory*” dengan indikator-indikator tersebut menyatakan hasil bahwa pada tahun 2013 Bank BRI Syariah mendapatkan persentase sebesar 100% dalam sub item akuntabilitas vertikal (Allah SWT), 100%

---

<sup>23</sup> Ely Dazia, Dian Maulita, dan Dien Sefty Faramita, “Analisis Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Dalam Laporan Tahunan Terhadap Koefisien Respon Laba Akuntansi”, *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Unsera*, Vol. 1, No. 1, Tahun 2019, h. 40.

<sup>24</sup> Omi Pramiana dan Nur Anisah, “Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* Dalam Perspektif *Shariah Enterprise Theory*”, *Jurnal STIE PGRI Dewantara*, Vol. 13, No. 2, Tahun 2018, h. 169.

<sup>25</sup> Hardiani, “Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap *Brand Image* (Citra Perusahaan) Studi Pada PT. Bank BRI Tbk (Persero) Cabang Makassar”, *Jurnal Imiah BONGAYA (Manajemen & Akuntansi)*, No. XIX, Tahun 2016, h. 50.

dalam sub item akuntabilitas horizontal (Nasabah), 75% dalam sub item akuntabilitas horizontal (karyawan), dan 16.7% dalam sub item akuntabilitas horizontal (alam). Sedangkan Bank Syariah Mandiri mendapatkan persentase sebesar 100% dalam sub item akuntabilitas vertikal (Allah SWT), 80% dalam sub item akuntabilitas horizontal (nasabah), 100% dalam sub item akuntabilitas horizontal (karyawan), dan 50 % dalam sub item akuntabilitas horizontal (alam).<sup>26</sup>

5. Revi Arvamain, “Pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan Menggunakan *Global Reporting Initiative* (GRI)” dengan kesimpulan bahwa pelaporan *Corporate Social Responsibility* yang memakai standard GRI, maka laporan tersebut tidak hanya menginformasikan mengenai proses pelaksanaan CSR, namun juga memperkenalkan kepada masyarakat luas mengenai profil dan strategi perusahaan serta pendekatan manajemen yang dilakukan serta manfaat lain yang dapat menghasilkan keuntungan secara ekonomis.<sup>27</sup>

Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah :

- a. Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu *Corporate Social Responsibility*, Perbankan Syariah, dan *Shariah Enterprise Theory*.
- b. Pengambilan studi ditujukan pada Bank BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri pada periode 2019-2020.

## H. KERANGKA PIKIR

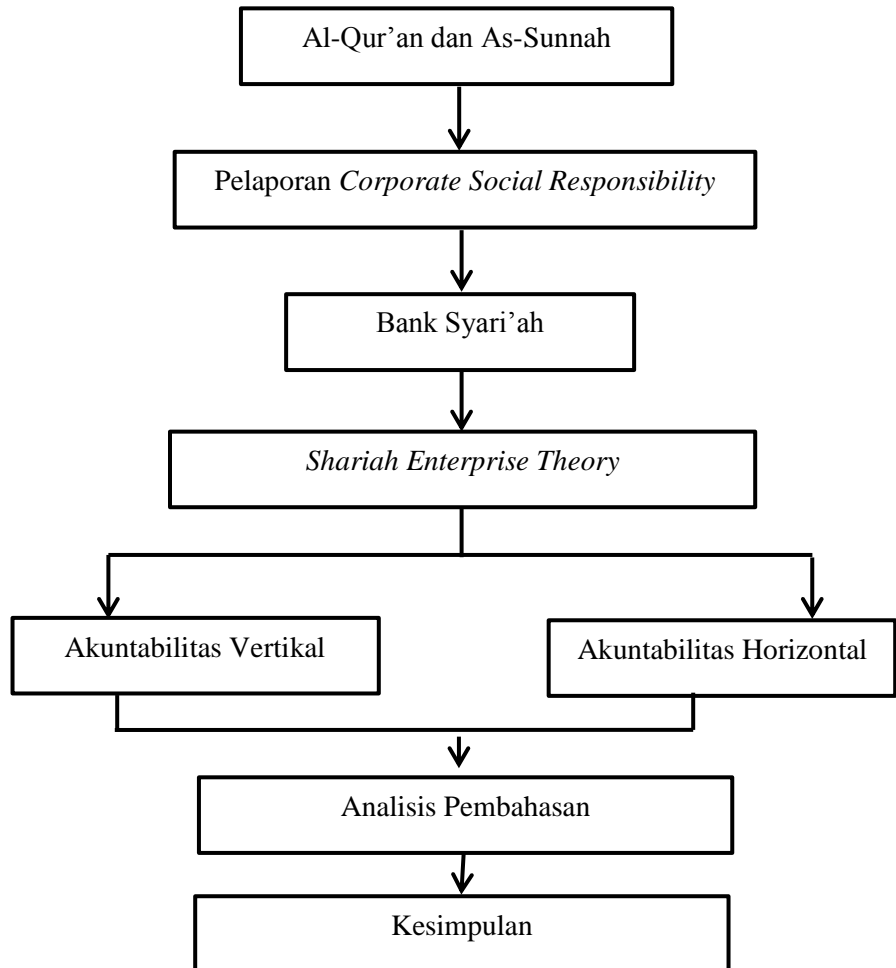
Kerangka pikir merupakan sebuah gambaran konseptual yang menjelaskan bagaimana hubungan antar

---

<sup>26</sup> Dori Novarela dan Indah Mulia Sari, “*Corporate Social Responsibility* dalam perspektif *Shariah Enterprise Theory*” , Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam, Vol. 2, No.2, Tahun, 2015. h. 145.

<sup>27</sup> Revi Arvamaini, “Pelaporan Corporate Sosial Responsibility (CSR) Dengan Menggunakan Global Reporting Initiative (GRI),” Jurnal Manajemen Kinerja, Vol. 2, No. 2, Tahun 2016, h. 1.

variabel yang akan diteliti serta menjelaskan bagaimana teori berhubungan dengan berbagai macam faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah.<sup>28</sup> Berikut gambaran kerangka pikir dalam penelitian ini :



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pikir**

---

<sup>28</sup> Sugiono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R Dan D", (Bandung: Alfabeta, 2016), h.7.

Berdasarkan gambar 1.1, Al-Qur'an dan As-Sunnah menjadi landasan utama dari Perbankan Syariah. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini berupa variabel Pelaporan *Corporate Social Responsibility* Perbankan Syariah Dalam Perspektif *Shariah Enterprise Theory*. Dimana dalam konsep *Shariah Enterprise Theory* memberikan tanggungjawabnya secara Vertikal dan Horizontal.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. *Corporate Social Responsibility*

##### 1. Pengertian, Strategi dan Dasar Hukum *Corporate Social Responsibility*

###### a. Pengertian *Corporate Social Responsibility*

*Corporate Social Responsibility* dalam perspektif islam menurut AAOIFI yaitu semua kegiatan yang dilakukan oleh institusi keuangan syariah dalam memenuhi kepentingan ekonomi, religious, etika, hukum, dan *discretionary responsibilities*. Hal ini berhubungan dengan tanggungjawab religius yang melekat pada bank syariah untuk mematuhi kewajibannya berdasarkan syariat dalam melakukan seluruh kegiatan oprasionalnya.<sup>29</sup>

*“Corporate Social responsibility (CSR) has been in the focus for several decades, making it a natural object of reflection and review”.*

Tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) telah menjadi fokus selama beberapa dekade, menjadikannya objek refleksi dan tinjauan alami.<sup>30</sup> Saat ini, keterlibatan CSR membutuhkan kesadaran pemangku kepentingan yang lebih lengkap dan berkelanjutan serta strategi komunikasi CSR modern yang lebih baik. Hal ini juga mempertajam

---

<sup>29</sup> Desy Retma Sawitri, Ahmad Juanda, and A Waluya Jati, “Analisis Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah Indonesia Berdasarkan Islamic Social Reporting Index”, *Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, Vol. 15, No. 2, Tahun 2017, h. 984.

<sup>30</sup> Hildegunn Mellesmo Aslaksen, Clare Hildebrandt, and Hans Chr. Garmann Johnsen, “The Long-Term Transformation of the Concept of CSR: Towards a More Comprehensive Emphasis on Sustainability,” *International Journal of Corporate Social Responsibility* 6, no. 1 (2021).



pentingnya CSR dan keterlibatan pemangku kepentingan di antara bisnis di seluruh dunia.<sup>31</sup>

*Corporate Social Responsibility* telah di definisikan oleh para sarjana yang berbeda dalam berbagai cara. Misalnya, *Corporate Social Responsibility* umumnya didefinisikan sebagai “tindakan yang muncul untuk memajukan beberapa kebaikan social, di luar kepentingan perusahaan dan yang diwajibkan oleh hukum.”<sup>32</sup> Perusahaan mempraktikkan tanggungjawab socialnya dengan mengedepankan kepentingan publik yang terutama menjadi pertumbuhan dan perkembangan masyarakat sebagai keseluruhan perlakuan terhadap manusia dan lingkungan.<sup>33</sup>

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* telah dikenal sejak tahun 1970-an yang dimana program tanggung jawab sosial ini menjadi alat perusahaan untuk berkontribusi kepada lingkungan sekitar. Menurut ISO 26000 CSR merupakan tanggungjawab suatu organisasi terhadap akibat dari keputusan-keputusan serta kegiatan-kegiatannya pada penduduk serta lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan serta etis yang sejalan dengan pembangunan berkepanjangan dan kesejahteraan penduduk, memikirkan harapan para pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang

---

<sup>31</sup> Lyon Salia Awuah et al., “Corporate Social Responsibility (CSR): Motivations and Challenges of a Multinational Enterprise (MNE) Subsidiary’s Engagement with Host Communities in Ghana,” *International Journal of Corporate Social Responsibility* 6, no. 1 (2021).

<sup>32</sup> Saeidi Pour Bahman, Nazari Kamran, and Emami Mostafa, “Corporate Social Responsibility: A Literature Review,” *African Journal of Business Management* 8, no. 7 (2014): 228–234.

<sup>33</sup> Saprem Shirvoikar and Satyam Shirvoikar, “An Overview of Corporate Social Responsibility,” *International Journal of Advanced Research* 5, no. 4 (2017): 437–439.

diresmikan dan norma-norma perilaku internasional, dan terintegasi dengan organisasi secara merata. CSR yang dirancang industri atau perusahaan sebaiknya sanggup mempertanggungjawabkan sumber energi yang digunakan dalam proses operasional industri. Apabila *Corporate Sosial Responsibility* yang direncanakan bisa teralisasi keseimbangan lingkungan hendak senantiasa terjaga.<sup>34</sup>

*The World Business Council For Sustainable Development* (WBCSD) mengartikan tanggungjawab sosial perusahaan atau *Corporate Sosial Responsibility* sebagai sebuah kelanjutan dari suatu entitas bisnis agar dapat melakukan tindakan secara etis serta dapat berkontribusi dalam pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kualitas taraf hidup di lingkungan kerja dan keluarga seperti halnya masyarakat luas dan masyarakat lokal. Peranan tanggungjawab sosial yang sebenarnya berhubungan juga dengan tindakan sebuah perusahaan untuk memberikan kemaslahatan kepada masyarakat yang melampaui apa yang diwajibkan secara hukum dan yang menjadi kepentingan langsung pemegang saham.<sup>35</sup>

Menurut Widjaja dan Yerima *Corporate Sosial Responsibility* adalah suatu bentuk kerjasama antar perusahaan dengan segala hal yang dilakukan secara langsung ataupun tidak langsung berinteraksi dengan perusahaan untuk tetap menjamin keberadaan serta kelangsungan hidup usaha perusahaan tersebut. Pengertian ini hampir sama

---

<sup>34</sup> Gede Sri Darma dan Ni Wayan Novi Budiasni, "*Corporate Sosial Responsibility Dalam Ekonomi Berbasis Kearifan Lokal Di Bali*", (Bali: Nilacakra, 2020), h.2.

<sup>35</sup> *Ibid.*, h. 36.

dengan tanggungjawab social dan lingkungan, yang dimana merupakan suatu komitmen atau janji perseroan untuk ikut berperan serta dalam proses pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan.<sup>36</sup>

*Corporate Social Responsibility* menurut Kotler dan Nancy ialah komitmen dari sebuah korporasi guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar melalui kebijakan-kebijakan praktik bisnis serta pemberian kontribusi sumber daya korporasi.<sup>37</sup> Selain itu, kotler dan lee menyebutkan enam kategori akitivitas CSR, yaitu :

1. *Cause Promotions* (Promosi Kegiatan Sosial)

Dalam aktivitas ini, perusahaan menyediakan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu kegiatan social atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat atau perekrutan tenaga sukarela untuk suatu kegiatan tertentu.

2. *Cause Relatid Marketing* (Pemasaran Terkait Kegiatan Sosial)

Dalam aktivitas CSR ini, perusahaan meiliki komitmen untuk menyumbangkan persentase tertentu dari penghasilannya untuk suatu kegiatan social berdasarkan besarnya penjualan produk. Kegiatan ini biasanya didasarkan kepada penjualan produk tertentu, untuk jangka waktu tertentu serta untu aktivitas derma tertentu.

3. *Corporate Societal Marketing*

---

<sup>36</sup> Gina Bunga Nayenggita, Santoso Tri Raharjo, and Risna Resnawaty, "Praktik Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia", *Jurnal Pekerjaan Sosial*, Vol. 2, No. 1, Tahun 2019, h. 61.

<sup>37</sup> *Ibid.*, h. 62..

Dalam aktivitas CSR ini, perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk merubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

4. *Corporate Philanthropy* (Kegiatan Filantropi Perusahaan)

Dalam aktivitas CSR ini, perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu. Sumbangan tersebut biasanya berbentuk pemberian uang secara tunai, bingkisan atau paket bantuan dan atau pemberian secara cuma-cuma. Kegiatan filantropi biasanya berkaitan dengan berbagai kegiatan sosial yang menjadi prioritas perhatian perusahaan.

5. *Community Volunteering* (Pekerja Sosial Kemasyarakatan Secara Sukarela)

Dalam aktivitas ini, perusahaan mendukung serta mendorong para karyawan, rekan pedagang eceran, atau para pemegang *franchise* agar menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.

6. *Socially Responsible Business Practice* (Praktika Bisnis Yang Memiliki Tanggungjawab Sosial)

Dalam aktivitas ini, perusahaan melaksanakan aktivitas bisnis melampaui aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan sosial

dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup.<sup>38</sup>

Menurut Hackston dan Milne, pengungkapan tanggungjawab social perusahaan sering disebut juga *Corporate Social Responsibility Disclosure* yang merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Pengungkapan tanggungjawab sosial juga dapat diartikan sebagai tanggungjawab moral suatu perusahaan terhadap strategi *Stakeholder*, terutama pada komunitas dan masyarakat di sekitar wilayah kerja dan oprasinya. Tujuan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan menurut Grey et al adalah untuk meningkatkan *Image* perusahaan, untuk meningkatkan akuntabilitas suatu organisasi dengan asumsi bahwa terdapat kontrak sosial antara organisasi dengan masyarakat, dan untuk memberikan informasi kepada investor.<sup>39</sup>

Komisi eropa mendefinisikan CSR sebagai sebuah konsep dimana perusahaan memutuskan secara sukarela untuk berkontribusi pada masyarakat dan lingkungan. Dengan kata lain, CSR adalah tentang bagaimana suatu perusahaan mengelola bisnis untuk menghasilkan dampak positif secara keseluruhan terhadap masyarakat. CSR dipandang sebagai kegiatan yang terintegrasi dan lebih banyak

---

<sup>38</sup> Dwi Kartini, "*Corporate Social Responsibility*", (bandung: PT Refika Aditama, 2020), h. 63-71.

<sup>39</sup> Aliah Pratiwi, Nafisah Nurulrahmatia, and Puji Muniarty, "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di BEI", *Riset dan Jurnal Akuntansi*, Vol. 4, No. 1, Tahun 2020, h. 97.

berinvestasi pada sumberdaya manusia, lingkungan, dan dengan pemangku kepentingan.<sup>40</sup>

Konsep CSR mengacu pada isu-isu moral yang mempengaruhi pengambilan keputusan bisnis pada kontribusi komunal kepada pemangku kepentingan mereka. Singkatnya, CSR adalah komitmen yang dibuat bisnis kepada masyarakat, akibatnya masyarakat cenderung menghargai perusahaan yang dianggap bertanggungjawab secara sosial.<sup>41</sup>

Aktivitas bisnis dalam pandangan islam merupakan sebuah bentuk kewajiban keagamaan. Dalam menjalankan sebuah bisnis di dalam perusahaan, pertanggungjawaban sosial merujuk pada kewajiban-kewajiban untuk melindungi serta memberikan kontribusi kepada masyarakat sekitar perusahaan tersebut. Islam memiliki tanggungjawab yang seimbang dalam segala bentuk daan ruang lingkupnya karna di dalam islam dikenal dengan adanya konsep persaudaraan dan konsep keadilan sosial.<sup>42</sup>

*Corporate Social Responsibility* merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam islam. Dalam hal ini Allah merupakan pemilik mutlak (haqiqiyah), sedangkan manusia hanya pemilik sementara (temporer) yang berungsi sebagai penerima amanah. Menurut Ahmad, Allah sebagai pemilik mutlak memberikan amanah kepada manusia untuk menjadi khalifah-Nya dan penerima

---

<sup>40</sup> Zouheyr Gheraia, Sawssan Saadaoui, and Hanane Abed Abdelli, "Business Ethics and Corporate Social Responsibility: Bridging the Concepts", *Open Journal Of Business and Management*, Tahun 2019.

<sup>41</sup> Awuah et al., "Corporate Social Responsibility (CSR): Motivations and Challenges of a Multinational Enterprise (MNE) Subsidiary's Engagement with Host Communities in Ghana."

<sup>42</sup> Darwis Said, Fitri Indah Sari, Mediaty, "Corporate Social Responsibility Vs Creating Shared Value Melalui Kajian Perspektif Islam: Pendekatan Kritis Jurgen Habermas", *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, Vol. 6, No. 1, Tahun 2020, h. 10.

karunia-Nya. Dalam islam manusia diperintahkan untuk mencari rizki tanpa mengabaikan kepentingan akhirat. Selain itu manusia juga didorong untuk melakukan hal-hal baik dan dilarang membuat kerusakan di bumi.<sup>43</sup> Sebagaimana firman-Nya dalam Qur'an surat Al-Qasas ayat 77 :

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۖ وَأَحْسِنْ ۖ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۖ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

*“ Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya, Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”<sup>44</sup>*

Seorang pembisnis muslim sejatinya harus mampu menyeimbangkan antara dua kepentingan secara proporsional, yaitu kepentingan diri (*Corporate*) dan oran lain (*Stakeholders*). Antara kepentingan ekonomi dan sosial, sekaligus tuntutan moral yang mengandung nilai kebajikan baik dihadapan Allah SWT ataupun dihadapan Manusia.<sup>45</sup>

---

<sup>43</sup> Muhammad Djakfar, "Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi", (Jakarta: Penebar Plus, 2012), h.225.

<sup>44</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, "Al-Quran Dan Terjemahnya," (Bandung : CV Penerbit Diponegoro, 2010).

<sup>45</sup> Djakfar, *Op., Cit*, h. 227.

b. Strategi *Corporate Social Responsibility*

Saat ini, terjadi perubahan-perubahan secara drastis dalam implementasi CSR. Diperlukan upaya dan strategi yang ekstra agar implementasi CSR mampu berjalan sesuai dengan ide serta konsep dasarnya. Strategi ekstra tersebut sebaiknya meliputi empat agenda utama, yakni : pedoman (*guidelines*) dan tata etika (*codes of conduct*), sistem dan kebijakan manajemen korporat, strategi kepemimpinan korporate dalam CSR, serta komitmen dan kemitraan di antara *stakeholders*.<sup>46</sup>

1. Pedoman (*Guidelines*) dan Tata Etika (*Code Of Conduct*)

*Guidelines* atau pedoman sangat diperlukan dalam pelaksanaan strategi CSR oleh perusahaan. Di beberapa institusi global telah menetapkan pedoman yang baik serta efektif mengenai apa saja yang berhubungan dengan CSR, salah satunya dari institusi yang bernama *World Business Council For Sustainable Development*. Tetapi yang paling menjadi acuan utama adalah *UN Global Compact* yang diinisiasi oleh mantan sekjen PBB Kofi Anan. Konten dari *UN Global Compact* adalah sebagai berikut :

a. Hak Azasi Manusia

- 1) Mendukung dan menghormati perlindungan HAM.
- 2) Menghindari keterlibatan di dalam pelanggaran HAM.

b. Aturan Perburuhan

- 1) Mempertahankan kebebasan berserikat dan perjanjian kolektif.

---

<sup>46</sup> Dwi Kartini, *Op.Cit.*, h. 47.



- 2) Penghapusan kerja paksa.
  - 3) Penghapusan kerja oleh kanak-kanak.
  - 4) Peniadaan diskriminasi dalam penempatan tenaga kerja dan penugasan.
- c. Lingkungan
- 1) Mendukung kehati-hatian dalam penanganan lingkungan.
  - 2) Penyebarluasan tanggungjawab lingkungan.
  - 3) Mendorong penggunaan teknologi ramah lingkungan.
- d. Anti Korupsi

Secara aktif melawan segala macam bentuk korupsi, termasuk pemerasan dan penyuapan. Beberapa Negara telah menjadikan *UN Global Compact* ini menjadi suatu kebijakan yang disesuaikan lagi dengan kebijakan Negara mereka masing-masing. Sehingga dengan adanya pedoman ini, korporasi, pemerintah dan masyarakat paham mengenai ruanglingkup serta apa yang menjadi substansi CSR itu sendiri. Dalam skala mikro sebenarnya setiap korporasi memiliki suatu tata etika sendiri yang disebut tata etika. Tata etika mengatur etika sebuah perusahaan dalam memproduksi, berhubungan antar sesama pekerja atau antar level perusahaan, etika proses bisnis, etika menghadapi pesaing, cara menghadapi pelanggan, dan masih banyak lagi. Apabila ditelaah lagi perusahaan-perusahaan yang sadar dampak pasti akan mengakomodasi nilai-nilai yang ada di *UN Global Compact* yang disesuaikan lagi dengan persepsi serta kebijakan perusahaan mereka. Tata etika

iniilah yang menjadi alat bagi perusahaan dalam menjalankan etika bisnis dan memperkuat program CSR nya.

## 2. Sistem dan Kebijakan Manajemen Korporat

CSR merupakan bagian dari sistem manajemen suatu perusahaan. Sekali lagi korporat yang sadar dampak jelas akan menjadikan CSR mereka sebagai bagian dari strategi perusahaan yang akan profitable di masa depan dan berdurasi jangka menengah sampai panjang. Korporasi yang semacam ini akan menempatkan CSR *Value* dalam skema visi dan nilai-nilai perusahaan. Sebaliknya, korporat yang hanya ikut-ikutan atau memosisikan CSR sebagai bagian dari fungsional korporat dalam kata lain CSR disejajarkan dengan fungsi manajemen yang lain seperti keuangan, SDM, dll. Secara visi dan nilai tidak berhubungan sama sekali dengan CSR *Value* ditambah beperiode jangka pendek justru akan menjadi suatu *Cost Center* karena korporate berbuat sesuatu yang bersifat temporer saja dimana program-program CSR bersifat parsial dan tidak berjangka panjang. Apabila terus menerus melakukan hal tersebut korporat akan terjebak ke dalam ritme pengeluaran biaya yang tidak berpengaruh dalam meraih keuntungan. Dan apabila perusahaan memandang CSR sebagai program buang duit, maka secara logis CSR akan dipandang sebagai beban dan tentu saja kontraproduktif bagi perusahaan.

## 3. Strategi Kepemimpinan Korporat dalam CSR dan Contoh Perusahaan yang Berhasil Menerapkan Kepemimpinan dalam CSR

**Tabel 1.1**  
**Strategi Kepemimpinan Korporat dalam CSR**  
**dan Contoh Perusahaan yang Berhasil Menerapkan**  
**Kepemimpinan dalam CSR**

| No | Strategi Kepemimpinan Korporat CSR   | Contoh Perusahaan   |
|----|--|---|
| 1  | <p><b>Integrasi</b></p> <p>Kepemimpinan yang visioner harus mengintegrasikan tanggungjawab perusahaannya ke struktur dan strategi bisnis dan itu harus dinyatakan secara jelas di dalam nilai-nilai dan prinsip-prinsip perusahaan. Para pemimpin yang tergabung di suatu dewan juga harus memonitor pelaksanaan CSR perusahaan dan melalui strategi dan komitmen yang tinggi terhadap para stakeholdernya diharapkan bisa dicapai kinerja tanggungjawab perusahaan yang memuaskan dan diakui oleh para stakeholder nya.</p> | <p>Suez, Shell, Nokia, Deutsche Bank, Unilever, BASF, Siemens, dan BP.</p>    |
| 2  | <p><b>Inovasi</b></p> <p>Kepemimpinan yang strategik tidak hanya melihat pelaksanaan tanggungjawab perusahaannya dari sisi kepatuhan dan legal serta manajemen resiko, tetapi bagaimana menciptakan peluang baru dan nilai lebih dari CSR itu sendiri. R&amp;D akan sangat berperan</p>  | <p>DuPont, 3M, Nokia, Proctor, &amp; Gamble, Suez, BP, Shell, dan Nestle.</p> |

|   |  |  |
|---|--|--|
|   | <p>guna mewujudkan peluang baru dan nilai lebih sehingga menghasilkan proses baru, produk baru, pelayanan baru dan pasar baru dengan tetap mengedepankan wawasan CSR di dalam setiap tindakan inovasinya. Selain itu, kepemimpinan yang inovatif secara aktif ikut mendukung kebijakan-kebijakan baru yang dibuat oleh inisiatif institusi-institusi penggerak CSR seperti <i>UN Global Compact, the Ethical Trading Initiative, the World Commissions on Dams, and The Global Alliance for Workers and Communities</i> oleh karena kerangka inisiatif institusi dunia tersebut akan sangat relevan guna menciptakan inovasi-inovasi lebih canggih lagi dalam konteks implementasi CSR oleh para korporat sehingga <i>up to date</i> dengan situasi-situasi di masa depan.</p> |  |
| 3 | <p><b>Accountability</b></p> <p>Kepemimpinan di dalam CSR wajib dan sadar membuat suatu skema komitmen terhadap public yang di relevansikan dengan tujuan, prinsip dan kinerja perusahaan. Artinya, perusahaan mempunyai suatu settingan target dan jangka waktu yang ditujukan untuk mengeksekusi isu-isu strategik yang berasal dari para stakeholder mereka sendiri dan ekspektasi apa yang kira-kira</p>   | Unilever, Novo Group, Shell, dan DuPont. |

|                 |   |   |
|-----------------|---|---|
|                 | <p>diinginkan oleh stakeholders. Dengan demikian, diperlukan suatu laporan yang transparan bertanggungjawab dan konsisten terhadap semua tindakan praktikal CSR yang telah dilakukan perusahaan. Oleh karena laporan yang akuntabel merupakan suatu bentuk komitmen yang utuh terhadap para stakeholder nya.</p>  |   |
| <p><b>4</b></p> | <p><b>Pelibatan yang Sistemik, Bersifat Konsultasi dan Kolaborasi</b></p> <p>Wujud konkret dalam kepemimpinan CSR adalah melibatkan perusahaannya secara penuh dan berdedikasi dengan para stakeholder. Kepemimpinan tipe ini proaktif dalam membentuk forum-forum yang kredibel bersama stakeholdernya dalam konteks komunikasi, konsultasi dan kolaborasi yang berhubungan dengan isu-isu strategis dan spesifik tentang CSR kekinian. Seperti bagaimana memobilisasi sumberdaya untuk memecahkan persoalan yang menyangkut pembangunan dan social, atau hanya sekedar berbagi cerita, mengungkapkan opini, berbagi pelajaran dan pengalaman yang bertujuan untuk menciptakan koalisi pelibatan yang lebih dinamis dan lebih baik antara korporat dengan para stakeholdernya.</p> | <p>BT, Unilever, DuPont, Dow, Suez Group, Statoil dan Danone.</p> |

#### 4. Komitmen dan Kemitraan di Antara Stakeholder

*Stakeholder* merupakan bagian strategis dalam pelaksanaan CSR. Perusahaan yang mampu bekerjasama dan memuaskan matriks stakeholder dengan skala-skala yang telah ditentukan akan menciptakan sistem kerja CSR yang efektif serta menguntungkan bagi setiap pihak. Pengidentifikasian *stakeholders* sangat penting sekali, oleh karena itu, apabila *stakeholders* telah divalidasi sesuai dengan strategi perusahaan tentang CSR maka dari sana muncul program kerja. Dari program kerja muncul lagi kemitraan atau *partnership* yang berdayaguna dalam mengeksekusi program CSR agar berjalan dengan efektif dan jitu. CSR perusahaan membutuhkan pemerintah dan masyarakat (*civil society*) agar program tidak berjalan sendiri-sendiri atau supaya tidak timpang. Untuk itulah ada istilah “*Tri Sector Partnership*” yang terdiri dari Pemerintah, Korporasi, dan *Civil Society/NGOs/NPOs/Education Institution*. Ketiga unsur ini harus membentuk kolaborasi yang terbuka dan saling memberikan nilai tambah sehingga ketika strategi kolaborasi kemitraan ini dibawa ke tataran teknis akan menghasilkan kreasi CSR yang komprehensif serta berfungsi di setiap kalangan. Peran dari masing-masing unsur tersebut dalam konteks kemitraan CSR ialah sebagai berikut :

- a. Peran Pemerintah : mewakili kepentingan pemilih, negosiasi dan membuat komitmen atau kerjasama internasional, menyediakan

kerangka kerja legal atau regulasi yang mengatur semua sektor serta menyiapkan kebijakan-kebijakan nasional, mengawasi kinerja Negara dan mengambil tindakan untuk mencapai keteraturan.

- b. Peran Korporasi : mewakili kepentingan pemilik saham, mencari keuntungan ekonomi di pasar, bertindak mandiri dalam mengoperasikan perusahaan dengan menerapkan kode etik yang berlaku.
- c. Peran *Civil Society/NGOs/NPOs/Education Institution* : mewakili pemangku kepentingan dimana diantara sesama masyarakat bisa memengaruhi atau dipengaruhi oleh tujuan kelompok atau organisasi, mengutamakan nilai-nilai, keyakinan dan prinsip-prinsip yang berhubungan dengan lingkungan, social, HAM, dan pembangunan. Yang terakhir yaitu mengawasi pemerintah dan perusahaan dan bertindak supaya akuntabilitas di dalam pemerintah dan perusahaan bisa dijalankan sesuai dengan legal aspek yang berlaku di Negara.

Dalam proses pencapaian strategi tersebut diperlukan indicator kinerja kunci dalam implementasi CSR. Indikator yang paling efektif adalah bersifat kualitatif. Terdapat delapan indikator yang sebaiknya digunakan dalam pengukuran tersebut :<sup>47</sup>

1. *Leadership* (Kepemimpinan)

- a. Program CSR dapat dikatakan berhasil jika mendapatkan dukungan dari *top manajemen* perusahaan.

---

<sup>47</sup> *Ibid.*, h. 54.

- b. Terdapat kesadaran filantropik dari pimpinan yang menjadi dasar pelaksanaan program.
2. Proporsi Bantuan  
CSR dirancang bukan semata-mata pada kisaran anggaran saja, melainkan juga pada tingkatan serapan maksimal, artinya apabila areanya luas, maka anggarannya harus lebih besar. Jadi tidak dapat dijadikan tolak ukur, apabila anggaran besar pasti menghasilkan program yang bagus.
3. Transparansi dan Akuntabilitas
  - a. Terdapat laporan tahunan (*annual report*).
  - b. Mempunyai mekanisme audit social dan finansial dimana audit social terkait dengan pengujian sejauh mana program-program CSR telah dapat ditujukan secara benar sesuai kebutuhan masyarakat, perusahaan mendapatkan umpan balik dari masyarakat secara benar dengan melakukan *interview* pada para penerima manfaat.
4. Cakupan Wilayah (*coverage area*)  
Terdapat identifikasi penerima manfaat secara terib dan rasional berdasarkan skala prioritas yang telah ditentukan.
5. Perencanaan dan Mekanisme Monitoring dan Evaluasi
  - a. Dalam perencanaan perlu ada jaminan untuk melibatkan *multi-stakeholder* pada setiap siklus pelaksanaan proyek.
  - b. Terdapat kesadaran untuk memperhatikan aspek-aspek lokalitas pada saat perencanaan ada kontribusi, pemahaman,



dan penerimaan terhadap budaya-budaya local yang ada.

- c. Terdapat *blue-print policy* yang menjadi dasar pelaksanaan program.
6. Penerlibatan Stakeholder
    - a. Terdapat mekanisme koordinasi regular dengan stakeholder, utamanya masyarakat.
    - b. Terdapat mekanisme yang menjamin partisipasi masyarakat untuk dapat terlibat dalam siklus proyek.
  7. Keberlanjutan
    - a. Terjadi alih peran dari korporat ke masyarakat.
    - b. Tumbuhnya rasa memiliki (*sense of belonging*) program dan hasil program pada diri masyarakat, sehingga masyarakat dapat ikut andil dalam menjaga dan memelihara program dengan baik.
    - c. Adanya pilihan partner program yang bisa menjamin bahwa tanpa keikutsertaan perusahaan, program tetap bisa dijalankan sampai selesai dengan partner tersebut.
  8. Hasil Nyata
    - a. Terdapat dokumentasi hasil yang menunjukkan berkurangnya angka kesakitan dan kematian (dalam bidang kesehatan), atau berkurangnya angka buta huruf dan meningkatnya kemampuan SDM (dalam bidang pendidikan) atau parameter lainnya sesuai dengan bidang CSR yang dipilih oleh perusahaan.
    - b. Terjadinya perubahan pola pikir masyarakat.
    - c. Memberikan dampak ekonomi masyarakat yang dinamis.

- d. Terjadi penguatan komunitas.
- c. Dasar Hukum *Corporate Social Responsibility*  
Pengaturan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia didasarkan pada beberapa peraturan perundangan hukum positif di Indonesia yaitu :
- a. Undang-Undang No. 40 Tahun 2007  
Tentang Perseroan Terbatas ( UUPT ) berdasarkan pasal 1 angka 1 UUPT, Perseroan (Perseroan Terbatas) adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam UU ini serta peraturan pelaksanaannya. Menurut pasal 1 angka 3 UUPT, tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.
- Mengenai TJSL, diatur dalam pasal 74 UUPT dan penjelasannya. Pengaturan ini berlaku untuk perseroan. Pasal 74 :
- 1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
  - 2) Tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya

dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

- 3) Pereroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
  - 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.
- b. Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (PP 47 Tahun 2012)  
Dalam pasal 4 PP 47 Tahun 2012, dikatakan bahwa TJSL dilaksanakan oleh direksi berdasarkan rencana kerja tahunan perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris atau Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) sesuai dengan anggaran dasar perseroan. Rencana kerja tahunan perseroan tersebut memuat rencana kegiatann dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaan TJSL. Sedangkan pelaksanaan TJSL tersebut dimuat dalam laporan tahunan perseroan dan dipertanggung jawabkan kepada RUPS. (Pasal 6 PP 47 Tahun 2012).
- c. Undang-Undang No 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal (UU Penanaman Modal)  
Dalam Pasal 15 huruf (b) UU Penanaman Modal diatur bahwa setiap penanam modal wajib melaksanakan TJSL.
- d. UU No 4 Tahun 2009 Tentang Mineral dan Batubara (UU Minerba)  
Menurut pasal 95 huruf (d) UU Minerba, yaitu pemegang IUP (Izin Usaha Pertambangan) maupun IUPK (Izin Usaha Pertambangan Khusus) wajib melaksanakan pengembangan dan pemberdayaann masyarakat setempat. Isi pasal

tersebut mensyaratkan bahwa perusahaan tambang memiliki tanggung jawab sosial kepada masyarakat setempat. Mengenai bentuk program CSR perusahaan Minerba diatur dalam pasal 78 huruf (j) UU Minerba

- e. UU No 32 Tahun 2009 Tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (UU Lingkungan Hidup)

Berdasarkan pasal 68 UU Lingkungan Hidup setiap orang yang melakukan usaha dan atau kegiatan berkewajiban :

- 1) Memberikan informasi yang terkait dengan perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup secara benar, akurat, terbuka, dan tepat waktu.
- 2) Menjaga keberlanjutan fungsi lingkungan hidup
- 3) Menaati ketentuan tentang baku mutu lingkungan hidup dan atau kriteria baku kerusakan lingkungan hidup.

- f. UU No 22 Tahun 2001 Tentang Minyak dan Gas Bumi (UU Migas)

Dalam UU Migas terdapat 2 pasal yang mengatur mengenai CSR/TJSL. Ketentuan tersebut terdapat dalam pasal 11 ayat 3 dan pasal 40 ayat 5.<sup>48</sup>

## 2. Prinsip-Prinsip *Corporate Social Responsibility*

### a. Keadilan

Sifat keseimbangan atau keadilan dalam bisnis adalah ketika korporat mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktifitas

---

<sup>48</sup> Pujiono, Jamal Wiwoho dan Triyanto, "*Model Pertanggung Jawaban Hukum Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*", Vol. 5, No. 1, Tahun 2016, h. 40.

di dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta. Jadi, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis. Konsep keadilan juga merupakan tujuan sosial zakat yaitu membagi kekayaan yang diberikan Allah lebih merata dan adil kepada manusia. Seluruh ulama terkemuka sepanjang sejarah Islam menempatkan keadilan sebagai unsur paling utama dalam *maqashid syariah*. Ibn Taimiyah menyebut keadilan sebagai nilai utama dari tauhid, sementara Muhammad Abduh menganggap kezaliman sebagai kejahatan yang paling buruk dalam kerangka nilai-nilai Islam. Sayyid Qutb menyebut keadilan sebagai unsur pokok yang komprehensif dan terpenting dalam semua aspek kehidupan. Adil berate menempatkan sesuatu pada tempatnya. Dalam Islam, setiap harta yang kita peroleh terdapat hak orang lain. Sebagaimana dalam Q.S Az-Zariyat ayat 19 :

وَفِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ لِّلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ

*“Dan pada harta-harta mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak meminta”*

Oleh sebab itu, dalam konsep keadilan ini, berarti dalam harta yang kita peroleh harus diberikan haknya kepada yang telah ditentukan dalam Islam. Konsep keadilan juga mengajarkan bahwa dalam pengungkapan tanggung jawab sosial

perusahaan harus adil, yaitu informasi yang diberikan harus jelas dan tidak ditutup-tutupi.

b. Masalahah

Tercukupinya kebutuhan masyarakat akan memberikan dampak yang disebut dengan *mashlahah*. *Mashlahah* adalah segala bentuk keadaan, baik material, maupun non material, yang mampu meningkatkan kedudukan manusia sebagai makhluk yang paling mulia. Menurut as-Shatibi, *mashlahah* dasar bagi kehidupan manusia terdiri dari lima hal, yaitu agama (*dien*), jiwa (*nafs*), intelektual (*'aql*), keluarga dan keturunan (*nasl*), dan material (*wealth*). Kelima hal tersebut merupakan kebutuhan dasar manusia, yaitu kebutuhan yang mutlak harus dipenuhi agar manusia dapat hidup bahagia di dunia dan di akhirat. Jika salah satu dari kebutuhan di atas tidak dipenuhi atau terpenuhi dengan tidak seimbang niscaya kebahagiaan hidup juga tidak tercapai dengan sempurna.

c. Khilafah

Konsep ini berhubungan dengan peran manusia sebagai khalifah yaitu tanggung jawab sebagai pengganti atau utusan Allah di alam semesta. Manusia diciptakan Allah untuk menjadi khalifah di muka bumi, yaitu menjadi wakil Allah untuk memakmurkan bumi dan alam semesta. Konsep *khilafah* berarti amanah dan tanggung jawab manusia terhadap apa-apa yang telah dikuasakan kepadanya, dalam bentuk sikap dan perilaku manusia terhadap Allah, sesama, dan alam semesta. *Khilafah* juga berarti tanggung jawab manusia untuk mengelola sumber daya yang dikuasakan Allah kepadanya untuk mewujudkan

mashlahah yang maksimum dan mencegah kerusakan di muka bumi.

Makna *khilafah* dapat dijabarkan lebih lanjut menjadi beberapa pengertian berikut : 1) Tanggung jawab berperilaku ekonomi dengan cara yang benar. Manusia diwajibkan untuk mengikuti semua petunjuk-petunjuk Allah dan menjauhi semua larangan-larangan-Nya dalam berekonomi. Setiap kegiatan ekonomi yang dilakukan tidak boleh bertentangan dengan syariah Islam. 2) Tanggung jawab untuk mewujudkan mashlahah yang maksimum. Dengan memanfaatkan sumber daya ekonomi, nilai yang digariskan Islam adalah memberikan kemanfaatan yang sebesar-besarnya bagi kehidupan manusia sebagai sarana terciptanya kesejahteraan. 3) Tanggung jawab perbaikan kesejahteraan setiap individu. Perbedaan rizki dari Allah merupakan kehendak Allah semata. Allah telah mengetahui ukuran yang tepat bagi masing-masing hamba-Nya. Namun, perbedaan tersebut tidak boleh menjadi unsur yang memicu kekacauan. Mereka yang memperoleh kelebihan rizki bertanggung jawab untuk memberikan sebagian dari rizkinya kepada pihak lain yang sedikit jumlah rizkinya.

d. Rahmatan lil'alamin

Islam adalah agama rahmatan lil'alamin, artinya islam merupakan agama yang membawa rahmat dan kesejahteraan bagi semua dan seluruh alam semesta, termasuk hewan dan tumbuhan. Sebagai muslim kitapun harus mempunyai rasa tanggungjawab untuk menyebarkan rahmat bagi seluruh makhluk. Islam melarang kesewenangan dan menganjurkan untuk saling menjaga dan

memelihara antar sesamanya dan lingkungan hidup.

e. Falah

Tujuan akhir ekonomi Islam adalah sebagaimana tujuan dari syariat Islam itu sendiri (*maqashid asy syari'ah*), yaitu mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat (*falah*) melalui suatu tata kehidupan yang baik dan terhormat (*hayyah thayyibah*). Inilah kebahagiaan hakiki yang diinginkan oleh setiap manusia, bukan kebahagiaan semu yang sering kali pada akhirnya justru melahirkan penderitaan dan kesengsaraan. Dalam konteks ekonomi, tujuan *falah* yang ingin dicapai oleh ekonomi Islam meliputi aspek mikro ataupun makro, mencakup horizon waktu dunia ataupun akhirat.

*Falah* berasal dari bahasa Arab dari kata kerja *aflaha-yuflihu* yang berarti kesuksesan, kemuliaan, atau kemenangan. dalam pengertian literal, *falah* adalah kemuliaan dan kemenangan, yaitu kemuliaan dan kemenangan dalam hidup. Istilah *falah* menurut Islam diambil dari kata-kata Alquran, yang sering dimaknai sebagai keberuntungan jangka panjang, dunia dan akhirat, sehingga tidak hanya memandang aspek material namun justru lebih ditekankan pada aspek spiritual. Dalam konteks dunia, *falah* merupakan konsep yang multi dimensi. Ia memiliki implikasi pada aspek perilaku individual/mikro maupun perilaku kolektif/makro. Ekonomi Islam mempelajari bagaimana manusia memenuhi kebutuhan materinya di dunia ini sehingga tercapai



kesejahteraan yang akan membawa kepada kebahagiaan di dunia dan di akhirat (*falah*).<sup>49</sup>

**Tabel 1.2**

**Aspek Mikro dan Aspek Makro dalam Falah**

| <b>Unsur Falah</b>     | <b>Aspek Mikro</b>   | <b>Aspek Makro</b>  |
|------------------------|--|---|
| Kelangsungan Hidup     | <p>Kelangsungan hidup biologis : kesehatan, kebebasan keturunan dan sebagainya.</p> <p>Kelangsungan hidup ekonomi : kepemilikan faktor produksi.</p> <p>Kelangsungan hidup sosial : persaudaraan dan harmoni hubungan social.</p> <p>Kelangsungan hidup politik : kebebasan dalam partisipasi politik.</p> | <p>Keseimbangan ekologi dan lingkungan.</p> <p>Pengelolaan sumber daya alam, penyediaan kesempatan berusaha untuk semua penduduk.</p> <p>Kebersamaan social, ketiaaan konflik antar kelompok.</p> <p>Jati diri dan kemandirian.</p> |
| Kebebasan Berkeinginan | Terbebas dari kemiskinan   | Penyediaan sumber daya untuk seluruh  |

<sup>49</sup> In Sakinah Rambey, "Analisis pelaporan *Corporate Social Respsibility* Perbankan Syariah Dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory" (Studi Kasus Pada PT. Bank Muamalat Indonesia dan PT Bank BRI Syariah), Tahun 2017, SKRIPSI.

|                         |   |  |
|-------------------------|---|--|
|                         | Kemandirian hidup   | penduduk.<br>Penyediaan sumber daya untuk generasi yang akan datang. |
| Kekuatan dan Harga Diri | Harga diri<br><br>Kemerdekaan, perlindungan terhadap hidup dan kehormatan | Kekuatan ekonomi dan kebebasan dari utang.<br><br>Kekuatan militer   |

### 3. Dampak *Corporate Social Responsibility*

*Corporate Social Responsibility* bagi perusahaan kerap dianggap sebagai “beban”. Dana yang dikeluarkan untuk *Corporate Social Responsibility* CSR cukup besar, sehingga hal ini yang membuat perusahaan menganggap bahwa CSR adalah sebuah beban bagi mereka. Padahal apabila dikaji lebih lanjut CSR justru membawa berbagai dampak positif bagi sebuah perusahaan. Dampak positif dari CSR dapat berupa dampak jangka pendek dan dampak jangka panjang. Dampak jangka panjang ialah manfaat dari CSR yang dapat dirasakan secara langsung. Contohnya sebuah perusahaan memberikan bantuan berupa dana untuk pembangunan fasilitas umum. Manfaat CSR ini dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat. Namun hal ini tidak menjamin dapat bertahan hingga beberapa tahun mendatang, ketika tidak ada perawatan pada fasilitas umum tersebut. Walaupun citra perusahaan menjadi positif akibat dari kegiatan tersebut, namun seharusnya diikuti dengan

pendampingan untuk melatih kemandirian masyarakat ketika lepas dari bantuan perusahaan.

Sedangkan yang dimaksud dampak jangka panjang yaitu manfaat dari CSR yang tidak hanya dirasakan secara langsung, namun dapat juga dirasakan hingga beberapa tahun kemudian atau berkelanjutan dan berkesinambungan. Perusahaan perlu memperhatikan kemandirian penerima bantuan agar tidak menimbulkan ketergantungan dan meminimalisir resiko yang mungkin terjadi dimasa mendatang. Ketika dampak jangka panjang dari sebuah CSR sudah direncanakan dengan baik dan matang, maka akan lebih menguntungkan baik bagi perusahaan maupun pihak-pihak yang terlibat. Secara tidak langsung penerapan CSR yang baik merupakan sebuah investasi jangka panjang bagi perusahaan.<sup>50</sup>

## **B. Teori-Teori *Corporate Social Responsibility***

### *1. Legitimacy Theory*

*“Legitimacy theory is one of the most discussed theories to explain the phenomenon of voluntary social and environmental disclosures in corporate communication. Consistent with the notion of legitimacy theory, companies seek to gain, maintain or repair their legitimacy by using social and environmental reporting. Legitimacy theory may provide useful insights for corporate social and environmental disclosures”.*

Teori legitimasi merupakan salah satu teori yang paling banyak dibahas untuk menjelaskan fenomena pengungkapan social dan lingkungan sukarela dalam komunikasi perusahaan. Konsisten dengan gagasan teori legitimasi, perusahaan berusaha untuk mendapatkan, mempertahankan atau memperbaiki legitimasi mereka

---

<sup>50</sup>*Ibid.*, h.50.

dengan menggunakan pelaporan sosial dan lingkungan. Teori legitimasi ini dapat memberikan wawasan yang berguna untuk pengungkapan social dan lingkungan perusahaan.<sup>51</sup>

Teori legitimasi mengatakan bahwa organisasi terus berusaha untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam batas dan norma-norma masyarakat. Batas dan norma-norma ini tidak tetap, tetapi dapat berubah kapanpun sehingga mengharuskan organisasi untuk responsif. Legitimasi organisasi terancam ketika ekspektasi “publik yang relevan” terhadap kinerja organisasi bertentangan dengan kinerja actual organisasi.<sup>52</sup>

Dalam melanjutkan proses legitimasi terdapat empat strategi yang dapat diadopsi oleh perusahaan, yaitu :

- a. Perusahaan dapat berusaha untuk mendidik dan menginformasikan publik yang relevan tentang (sebenarnya) perubahan dalam kinerja dan kegiatan perusahaan. Strategi ini dipilih sebagai tanggapan atas pengakuan bahwa “kesenjangan legitimasi” muncul dari kegagalan aktual kinerja perusahaan.
- b. Perusahaan mungkin berusaha mengubah persepsi publik yang relevan tetapi tidak mengubah perilaku aktualnya. Strategi ini dipilih sebagai respons ketika perusahaan melihat bahwa kesenjangan legitimasi muncul melalui kesalahan persepsi di pihak publik yang relevan.
- c. Perusahaan mungkin berusaha untuk memanipulasi persepsi dengan mengalihkan perhatian dari isu yang menjadi perhatian ke isu-isu terkait lainnya.

---

<sup>51</sup> Gehan. A. Mousa, et. al., “Legitimacy Theory and Environmental Practices: Short Notes,” *International Journal of Business and Statistical Analysis* 2, no. 1 (2015): 41–53.

<sup>52</sup> Noel Brown and Craig Deegan, “The Public Disclosure of Environmental Performance Information - A Dual Test of Media Agenda Setting Theory and Legitimacy Theory,” *Accounting and Business Research* 29, no. 1 (1998): 21–41.

- d. Perusahaan mungkin berusaha mengubah ekspektasi eksternal atas kinerjanya. Strategi ini dipilih ketika perusahaan menganggap bahwa public yang relevan memiliki ekspektasi yang tidak realistis atau salah atas tanggungjawabnya.<sup>53</sup>

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat.<sup>54</sup> Legitimasi juga dipahami sebagai kesesuaian antara tindakan kelembagaan dan nilai-nilai sosial, dan legitimasi sebagai tindakan yang diambil lembaga untuk menandai kesesuaian nilai atau untuk mengubah nilai sosial. Legitimasi diperoleh dengan menunjukkan bahwa kegiatan perusahaan sejalan dengan nilai-nilai sosial.<sup>55</sup>

Legitimasi pada prinsipnya bersifat dinamis, seperti ekspektasi masyarakat terhadap perusahaan. Karena itu, perusahaan harus mengevaluasi baik produk, metode ataupun tujuan. Terdapat beberapa upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mengelola legitimasi agar efektif (Pattern)<sup>56</sup>:

- a. Melakukan identifikasi dan komunikasi dengan public

---

<sup>53</sup> Rob Gray et al., "Longitudinal Study of UK Disclosure", *Accounting Auditing & Accountability Journal*, (1995).

<sup>54</sup> Pramiana et al, *Op Cit.*, h. 172."

<sup>55</sup> Alistair M Preston et al., "Changes In The Code Of Ethics Of The U . S . Accounting Profession , 1917 And 1988 : The Continual Quest For Legitimation \* University of New Mexico University of Alberta", Vol. 20, No. 6, Tahun 1995, h. 507–546.

<sup>56</sup> Nor Hadi, "Peran Biaya Sosial Terhadap Peningkatan Kinerja Social Responsibility pada Perusahaan Industri Manufaktur Listed Dibursa Efek Indonesia," *Iqtishadia*, Vol. 10, no. 2, Tahun 2018, h. 35.

- b. Melakukan komunikasi dialog tentang masalah nilai social kemasyarakatan dan lingkungan, serta membangun persepsinya tentang perusahaan
- c. Melakukan strategi legitimasi dan pengungkapan, terutama terkait dengan masalah tanggungjawab social (*social responsibility*)

*“Legitimacy theory explicitly recognizes that business is limited by the social contract that company agreed to conduct social activities to obtained society’s acceptance of the company’s objectives, which in turn will ensure the survival of the company”*

Teori legitimasi secara eksplisit mengakui bahwa bisnis dibatasi oleh kontrak sosial bahwa perusahaan setuju untuk melakukan kegiatan social untuk memperoleh penerimaan masyarakat terhadap tujuan perusahaan, yang pada gilirannya akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan.<sup>57</sup>

Legitimasi sangat dibutuhkan oleh sebuah perusahaan agar dapat menarik dukungan konstituen. Namun bagaimanapun legitimasi selalu bermasalah. Dengan demikian, perusahaan sering mengejar legitimasi melalui berbagai praktik substansif dan simbolik. Tetapi legitimasi adalah penilaian sosial yang pada akhirnya diberikan kepada organisasi oleh konstituennya. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Ashforth, memberikan sebuah hasil analisis yang menunjukkan bahwa upaya untuk meningkatkan legitimasi dapat memicu serangkaian lingkaran setan yang pada akhirnya menurunkan legitimasi.<sup>58</sup>

## 2. *Stakeholders Theory*

---

<sup>57</sup> Badingatus Solikhah, “An Overview Of Legitimacy Theory On The Influence Of Company Size And Industry”, Vol. 14, No. 5, Tahun 2016, h. 3013–3023.

<sup>58</sup> Blake E. Ashforth and Barrie W. Gibbs, “The Double-Edge of Organizational Legitimation,” *Organization Science*, VOL. 1, no. 2, Tahun 1990, h. 177–194.

Kata *Stakeholders* muncul pertama kali pada tahun 1963 dalam sebuah memorandum internal di Stanford Research Institute. Menurut teori pemangku kepentingan, organisasi dipandang sebagai lembaga sosial yang memiliki tanggungjawab.<sup>59</sup> *Stakeholders* dapat mencakup karyawan, pelanggan, pemasok negara, komunitas lokal, bankir, masyarakat, kelompok kepentingan khusus, lingkungan dan kemajuan teknologi. Teori *Stakeholders* (pemangku kepentingan) dimulai untuk memahami bagaimana nilai dapat diciptakan dengan sebaik-baiknya yang akan menguntungkan semua *Stakeholders* tanpa “pertukaran” dalam dunia bisnis yang berubah.<sup>60</sup> *Stakeholders* sebagai setiap kelompok atau individu yang dipengaruhi atau dapat mempengaruhi pencapaian tujuan organisasi. Teori stakeholder merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh stakeholdernya (pemegang saham, kreditur, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). Dorongan dibalik manajemen pemangku kepentingan adalah untuk mencoba dan membangun kerangka kerja yang responsive terhadap kekhawatiran manajer yang diterpa oleh tingkat turbulensi dan perubahan lingkungan yang belum pernah terjadi sebelumnya.<sup>61</sup>

*“(Donaldson and Preston) Stakeholders are persons or groups with legitimate interests in procedural and/or substantive aspects of corporate activity. Stakeholders are identified by their interests in the corporation, whether*

---

<sup>59</sup> Jia Wang, H Dudley Dewhirst, and H Dudley Dewhirst, “Boards of Directors and Stakeholder Orientation” 11, no. 2 (2014): 115–123.

<sup>60</sup> Faridah Ibrahim et al., “Youth as Stakeholders and Their Engagement towards Government Programmes (GP),” *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication* 35, no. 2 (2019): 211–226.

<sup>61</sup> R. Edward Freeman and John McVea, “A Stakeholder Approach to Strategic Management,” *SSRN Electronic Journal*, no. January (2005), h. 4-6.

*the corporation has any corresponding functional interest in them”.*

Dalam Donaldson dan Preston pemangku kepentingan adalah orang atau kelompok dengan kepentingan yang sah dalam aspek procedural atau substansif dari aktivitas perusahaan. Pemangku kepentingan diidentifikasi oleh kepentingan mereka di perusahaan, apakah perusahaan memiliki kepentingan fungsional yang telah sesuai di dalamnya.<sup>62</sup>

Teori *Stakeholders* sering digunakan dalam penelitian tentang kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR), sehingga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari hal tersebut. Hal ini juga dikutip dalam banyak teori dan kegiatan lain yang terkait dengan manajemen, seperti dalam konteks penelitian tentang paradigma manajemen humanistik.<sup>63</sup> Terlebih lagi, penggunaan dan adaptasi utamanya dapat ditemukan diberbagai disiplin ilmu seperti etika bisnis, strategi, keuangan, akuntansi, manajemen, dan pemasaran. Pemangku kepentingan adalah definisi penting yang telah masuk ke dalam kamus bisnis bersama dengan CSR. Dalam sumber utama, ada dua pendekatan dalam konsep pemangku kepentingan, dalam sudut pandang sempit dan luas. Dalam definisi sempit *Stakeholders* adalah kelompok yang memiliki dampak signifikan pada pengembangan dan keberhasilan suatu perusahaan. Sedangkan definisi luas menunjukkan bahwa *Stakeholders* mempengaruhi atau tetap di bawah pengaruh suatu perusahaan.<sup>64</sup> Maka, dalam hal ini perusahaan hendaknya terus memperhatikan *Stakeholders*, karena mereka pihak

---

<sup>62</sup> Thomas Donaldson and Lee E. Preston, “The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications” Author(s): Thomas Donaldson and Lee E. Preston Source: *The Academy of Management Review*, Jan., 1995, Vol. 20, No. 1 (Jan., 1995), Pp. Published by: Academy” 20, no. 1 (1995): 65–91.

<sup>63</sup> Barbara Mazur, Marzena Ciechorzewska, and Marta Mazur-Malek, “Human Oriented Corporate Actions: Stakeholders and CSR,” *Organization and Management* 2, no. 50 (2020), h. 114.

<sup>64</sup> *Ibid.*, h. 117.



yang berpengaruh baik secara langsung maupun tidak atas aktifitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan. Jika sebuah perusahaan atau organisasi tidak memperhatikan pemangku kepentingan (*Stakeholders*), akan menimbulkan sesuatu yang dapat merugikan perusahaan seperti terjadinya protes, dan hal tersebut akan berdampak negatif pada legitimasi perusahaan dimata *Stakeholders*.<sup>65</sup> Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut.

Perusahaan akan semakin besar kecenderungannya dalam mengadaptasi dan memposisikan diri ditengah-tengah *Stakeholders* apabila semakin kuat pula posisi perusahaan terhadap para *Stakeholders*. Sehingga perusahaan memiliki potensi kekuatan dan *competitive advantage* semakin besar, karena terdapat keberpihakan dan kesesuaian antara *Stakeholders* dengan perusahaan. *Stakeholders Theory* memiliki beberapa asumsi sebagai berikut:

1. Perusahaan memiliki hubungan dengan banyak kelompok *Stakeholders* yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh keputusan perusahaan.
2. Teori ini ditekankan pada sifat alami hubungan dalam proses dan keluaran bagi perusahaan dan *Stakeholdersnya*.
3. Kepentingan seluruh legitimasi *Sakeholders* memiliki nilai secara hakiki dan tidak membentuk kepentingan yang didominasi satu sama lain.
4. Teori ini memfokuskan pada pengambilan keputusan manajerial.<sup>66</sup>

---

<sup>65</sup> Nor Hadi, "Social Responsibility: Kajian Theoretical Framework , Dan Perannya Dalam Riset Dibidang Akuntansi," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 4, no. 8 (2009), h. 95.

<sup>66</sup> *Ibid.*, h. 96.

Teori pemangku kepentingan adalah genre teori yang mampu mencakup berbagai inti normatif. Inti normatif adalah upaya eksplisit untuk menjawab dua pertanyaan yang dihadapi semua perusahaan. Pertama, apa tujuan perusahaan? Dan kedua, kepada siapa manajemen memiliki kewajiban?<sup>67</sup> Stakeholdertheory mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya (pemegang saham) kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat analis dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Dengan pelaksanaan CSR diharapkan keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi sehingga diharapkan akan menimbulkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan *stakeholder*. Hubungan yang harmonis otomatis akan menciptakan sebuah sustainability atau kelestarian perusahaan.<sup>68</sup> Dengan demikian, apabila semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan maka, secara tidak langsung para *Stakeholders* akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan sehingga dapat memberikan nilai tambah yang positif dan tentunya sangat menguntungkan untuk perusahaan tersebut.

Teori pemangku kepentingan adalah teori yang membahas mengenai manajemen dan etika organisasi.<sup>69</sup> Teori ini telah berkembang selama bertahun-tahun dan menjadi salah satu teori paling penting dalam membahas

---

<sup>67</sup> Bidhan L Parmar et al., “The Academy of Management Annals Stakeholder Theory : The State of the Art Stakeholder Theory : The State of the Art,” *Management*, no. 936836193 (2011):, h. 409.

<sup>68</sup> *Ibid.*, h. 404.

<sup>69</sup> Robert Phillips, R Edward Freeman, and Andrew C Wicks, “WHAT STAKEHOLDER THEORY IS NOT Robert Phillips, R. Edward Freeman, and Andrew C. Wicks” 13, no. 4 (2019): 479–502.

penciptaan nilai dan perdagangan di dunia bisnis. Bisnis adalah tentang bagaimana pelanggan, pemasok, karyawan, pemodal (pemegang saham, pemegang obligasi, bank dll), komunitas dan manajer berinteraksi dan menciptakan nilai. Oleh karena itu, orang utama dalam bisnis haruslah pemilik atau pemodal yang mengharapkan keuntungan finansial atas investasi mereka.<sup>70</sup> Dengan keahlian khusus yang ditawarkan oleh perusahaan, karyawan mengharapkan upah, tunjangan dan kepuasan kerja dari perusahaan. Tingkat karyawan tertentu seperti tim manajemen diharapkan untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan dan memikul tanggungjawab yang lebih besar dibandingkan dengan yang lain. Pelanggan dan pemasok di sisi lain memperdagangkan sumberdaya produk dan layanan dengan perusahaan dan menerima manfaat dari sumberdaya yang diberikan oleh perusahaan. Pelanggan diharapkan puas dengan produk atau layanan yang diberikan, jika tidak, perusahaan harus memperbaiki ketidakpuasan apapun yang diajukan oleh pelanggan. Pemasok yang berkomitmen untuk membantu perusahaan berkinerja lebih baik adalah asset perusahaan. Akhirnya, masyarakat lokal memberi perusahaan hak untuk membangun fasilitas dan, pada gilirannya, mendapatkan keuntungan dari basis pajak dan kontribusi ekonomi dan sosial perusahaan. Konsep seperti etika bisnis, tanggung jawab sosial dan kelestarian lingkungan menjadi wacana utama yang melibatkan masyarakat sekitar.<sup>71</sup>

Sementara karyawan, pemasok, pelanggan, dan komunitas lokal merupakan pemangku kepentingan inti atau utama dari hampir setiap bisnis, pemangku kepentingan lainnya juga perlu untuk dipertimbangkan. Ini adalah pemangku kepentingan sekunder atau kelompok

---

<sup>70</sup> Ibrahim et al., "Youth as Stakeholders and Their Engagement towards Government Programmes (GP)."

<sup>71</sup> *Ibid.*, h.220.

pemangku kepentingan yang lebih besar yang juga dapat memengaruhi bisnis. Dampaknya mungkin tidak dilihat secara langsung dan langsung, tetapi mereka adalah komponen penting yang akan memastikan kelangsungan bisnis. Ini adalah kelompok seperti pemerintah, media, pesaing, kelompok kepentingan khusus serta organisasi non pemerintah.<sup>72</sup> Jadi dapat diambil garis tengah mengenai *Stakeholders Theory*, yaitu sebuah penguungkapan CSR perusahaan sebagai cara untuk berkounikasi dengan para *Stakeholders*. Sehingga tujuan akhir yang didapat adalah perusahaan sukarela untuk menjalankan CSR, karena CSR sebagai bagian peran perusahaan kepada Stakeholder.

### C. *Shariah Enterprise Theory*

*Syariah Enterprise Theory* merupakan suatu teori akuntansi tentang ekuitas atau kepemilikan tentang suatu entitas. Secara teoritis, dapat disebutkan bahwa teori-teori yang telah lahir sebelum SET adalah *Proprietary Theory*, *Entity Theory*, *Residual Equity Theory*, *Fund Theory*, dan *Enterprise Theory*. *Syariah Enterprise Theory* merupakan *enterprise theory* yang telah dimasukkan nilai-nilai keislaman di dalamnya. *Syariah enterprise theory* menyatakan bahwa pertanggungjawaban yang dilakukan bukan hanya kepada perusahaan saja, tetapi kepada *Stakeholders* yang lebih luas seperti manusia dan alam.<sup>73</sup> Allah berfirman :

QS. Al-A'raf ayat 85

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ  
مُؤْمِنِينَ

<sup>72</sup> *Ibid.*, h. 220.

<sup>73</sup> M. Wahyudin Abdullah Aminah Salleh, *Menyikapi Pemilu Berkeadaban : Wujudkan Demokrasi Yang “ Malebbi Warekkadan, Makkiade Ampena ” (Sopan Dalam Bertutut Santun Dalam Berperilaku)* (Pare-Pare: IAIN Pare-Pare Nusantara Pers, 2019).

*“Janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah (diciptakan) dengan baik. Itulah yang lebih baik bagimu jika kamu orang beriman”<sup>74</sup>*

QS. As-Syu'ara ayat 181-183

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ (١٨١) وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ  
الْمُسْتَقِيمِ (١٨٢)

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ (١٨٣)

*“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain, dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi.”<sup>75</sup>*

Kedua ayat di atas menjelaskan bahwa kita sebagai khalifah di bumi harus bertanggungjawab terhadap apa yang telah dititipkan oleh Allah SWT sebagai sang pencipta, seperti bertanggungjawab dalam menjaga kelestarian alam dan lingkungan, bertanggungjawab dengan apa yang telah dilakukan, berlaku adil terhadap sesama, dan tidak berbuat curang sehingga dapat merugikan orang lain dengan demikian kita termasuk ke dalam orang-orang yang bertanggungjawab.

Dalam *Syariah Enterprise Theory* aksioma terpenting yang harus mendasari dalam setiap penetapan konsepnya adalah Allah sebagai pencipta dan pemilik tunggal dari seluruh sumberdaya yang ada di dunia ini. Maka yang berlaku dalam shari'ah enterprise theory adalah Allah sebagai sumber amanah utama, karena Dia adalah pemilik yang tunggal dan mutlak.

---

<sup>74</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, " *Al-Quran Dan Terjemahnya* ", (Bandung: Cv Penerbit Diponegoro, 2010), h. 161.

<sup>75</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, " *Al-Quran Dan Terjemahnya* ", (Bandung: Cv Penerbit Diponegoro, 2010), h. 374.

Sedangkan sumberdaya yang dimiliki oleh para stakeholders pada prinsipnya adalah amanah dari Allah yang di dalamnya melekat sebuah tanggungjawab untuk menggunakan dengan cara dan tujuan yang ditetapkan oleh Sang Pemberi Amanah. Enterprise theory memandang bahwa eksistensi perusahaan tidak terlepas dari kontribusi para partisipan (karyawan, kreditur, pemerintah, dan masyarakat). Dengan kata lain, bahwa sebuah perusahaan itu bisa eksis, karena perusahaan tersebut berinteraksi dengan “masyarakat”nya sebagai konsekuensi “kontraksosial” (social contract) yang dilakukan perusahaan dengan masyarakat.<sup>76</sup>

Dengan menempatkan Allah sebagai *Stakeholder* tertinggi, maka tali penghubung agar akuntansi syariah tetap bertujuan pada “membangkitkan kesadaran ketuhanan” para penggunanya tetap terjamin. Konsekuensi menetapkan Allah sebagai *Stakeholder* tertinggi adalah digunakannya sunnatullah sebagai basis bagi konstruksi akuntansi syariah. Intinya adalah bahwa dengan sunnatullah ini, akuntansi syariah hanya dibangun berdasarkan dengan aturan atau hukum-hukum Allah. *Stakeholder* kedua dari SET yaitu manusia, yang dibedakan antara *direct-stakeholders* dan *indirect stakeholders*. *Direct-stakeholders* merupakan pihak-pihak yang memberikan kontribusi secara langsung kepada perusahaan, baik berkontribusi dalam bentuk financial maupun kontribusi non financial. Karena mereka telah berkontribusi kepada perusahaan, maka mereka memiliki hak untuk mendapatkan kesejahteraan dari perusahaan tersebut. Sedangkan yang dimaksud dengan *indirect-stakeholders* yakni pihak-pihak yang sama sekali tidak ikut serta dalam berkontribusi kepada perusahaan baik secara finansial maupun non finansial. Tetapi,

---

<sup>76</sup> Iwan Triyuwono, “Metafora Zakat Dan Shari’Ah Enterprise Theory Sebagai Konsep Dasar Dalam Membentuk Akuntansi Syari’Ah,” *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia* 5, no. 2 (2001): 131–145.

secara syariah mereka adalah pihak yang memiliki hak untuk mendapatkan kesejahteraan dari perusahaan.<sup>77</sup>

*Stakeholder* terakhir dari *Syariah Enterprise Theory* (SET) adalah alam. Alam merupakan pihak yang memberikan kontribusi bagi hidup sampai matinya sebuah perusahaan sebagaimana pihak Allah dan manusia. Perusahaan dapat eksis secara fisik karena didirikan di atas bumi, menggunakan energi yang tersebar di alam, memproduksi dengan menggunakan bahan baku dari alam, memberikan jasa kepada pihak lain dengan menggunakan energy yang tersedia di alam, dan lain sebagainya. Namun, alam tidak menuntut untuk mendapatkan kesejahteraan dari perusahaan dalam bentuk uang seperti yang diinginkan oleh manusia. Wujud distribusi kesejahteraan perusahaan yang dapat diberikan kepada alam adalah berupa kepedulian perusahaan terhadap kelestarian alam, pencegahan pencemaran, dan lain-lain.<sup>78</sup>

*Syariah Enterprise Theory* memiliki karakter keseimbangan yang menyeimbangkan nilai egoistic dengan nilai altruistic serta nilai materi dengan nilai spiritual. Konsekuensi dari nilai keseimbangan ini menjadikan SET tidak hanya peduli pada kepentingan individu, tetapi juga pihak-pihak lainnya. Karena itu, pandangan SET mengenai akuntabilitas, menyatakan bahwa terdapat tiga dimensi hubungan akuntabilitas, yaitu dimensi hubungan pertama adalah kepada Allah SWT sebagai pencipta dan pemilik tunggal dari seluruh sumber daya yang ada di bumi ini, dimensi hubungan akuntabilitas yang kedua adalah hubungan antara manusia dengan manusia, dan yang terakhir adalah hubungan akuntabilitas kepada alam.<sup>79</sup>

---

<sup>77</sup> Dori Novarela and Indah Mulia Sari, "Pelaporan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah Dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory (SET)," *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, Vol. 3, No. 2, Tahun 2019, h. 147.

<sup>78</sup> *Ibid.*, h. 149.

<sup>79</sup> Sri Ujjana Putri, "Analisis Akuntabilita Berbasis Syariah Enterprise Theory Untuk Pengembangan Bisnis Rumah Jahit Akhwat Di Makassar," *Jurnal Bidang Kajian Islam*, Vol. 6, no. 2, Tahun, 2020, h. 192.

Akuntabilitas SET merupakan akuntabilitas yang bersifat holistik karena meliputi dimensi hubungan manusia dengan Tuhan (akuntabilitas spiritual), dimensi hubungan manusia dengan lingkungan alam (akuntabilitas ekologi), dan dimensi hubungan manusia dengan sesama manusia (akuntabilitas ekonomi dan akuntabilitas social). Selain itu, dimensi hubungan akuntabilitas meliputi aspek spiritual, yang berlaku dalam hubungan manusia dengan Tuhan. Manifestasi akuntabilitas spiritual ini didasari bahwa semua aktivitas yang dilakukan adalah bernilai ibadah, dan amal kepada-Nya. Jalan yang ditempuh untuk melakukan kedua hal tersebut masuk dalam kategori jihad di jalan-Nya. Salah satu jalan jihad tersebut dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah (humanis, emansipatoris, transcendental dan teleologikal) dalam aktivitas bisnis.<sup>80</sup>

*Syariah Enterprise Theory* pada prinsipnya merupakan konsep yang menjelaskan penggunaan *Corporate Social Responsibility* secara vertikal dan horizontal, dan dalam konsep islam disebut dengan istilah *hablum minallah* dan *hablum minannas*. Konsep SET ini mencakup beberapa dimensi seperti yang telah disebutkan di atas, yaitu Tuhan, karyawan, pelanggan, dan alam.<sup>81</sup> Enterprise theory mengajukan beberapa konsep terkait dengan pengungkapan tanggung jawab social sebuah perusahaan, terutama pada perbankan syariah. Konsep-konsep adalah:<sup>82</sup>

#### 1. Pengungkapan tanggung jawab social merupakan bentuk

---

<sup>80</sup> *Ibid.*, h. 193.

<sup>81</sup> Meldona et al., "Corporate Social Responsibility Disclosure Through Sharia Enterprise Theory" 135, no. Aicmbs 2019 (2020): 171–179.

<sup>82</sup> Sigit Hermawan, Dan Restu, and Widya Rini, "Pengelolaan Dana Zakat, Infaq, Dan Shadaqah Perspektif Syariah Enterprise Theory," *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, Vol. 1, No. 1, Tahun 2016.



akuntabilitas manusia terhadap Tuhan dan karenanya ditujukan untuk mendapatkan ridho (legitimasi) dari Tuhan sebagai tujuan utama.

2. Pengungkapan tanggung jawab sosial harus memiliki tujuan sebagai sarana pemberian informasi kepada seluruh *stakeholders* mengenai seberapa jauh institusi tersebut telah memenuhi kewajiban terhadap seluruh *stakeholders*.
3. Pengungkapan tanggung jawab sosial adalah wajib (*mandatory*), dipandang dari fungsi bank syariah sebagai salah satu instrumen untuk mewujudkan tujuan syariah.
4. Pengungkapan tanggung jawab sosial harus memuat dimensi material maupun spriritual berkaitan dengan kepentinganpara *stakeholders*.
5. Pengungkapan tanggung jawab sosial harus berisikan tidak hanya informasi yang bersifat kualitatif, tetapi juga informasi yang bersifat kuantitatif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Albi Anggito dan Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak, 2018.
- Aminah Salleh, M. Wahyudin Abdullah. *Menyikapi Pemilu Berkeadaban : Wujudkan Demokrasi Yang “ Malebbi Warekkadan, Makkiade Ampena” (Sopan Dalam Bertutut Santun Dalam Berperilaku)*. Pare-Pare: IAIN Pare-Pare Nusantara Pers, 2019.
- Apriyanti, Hani Werdi. “Perkembangan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia : Analisis Peluang Dan Tantangan.” *Maksimum* 7, no. 1 (2019): 16.
- Ashforth, Blake E., and Barrie W. Gibbs. “The Double-Edge of Organizational Legitimation.” *Organization Science* 1, no. 2 (1990): 177–194.
- Aslaksen, Hildegunn Mellesmo, Clare Hildebrandt, and Hans Chr. Garmann Johnsen. “The Long-Term Transformation of the Concept of CSR: Towards a More Comprehensive Emphasis on Sustainability.” *International Journal of Corporate Social Responsibility* 6, no. 1 (2021).
- Awuah, Lyon Salia, Kwame Oduro Amoako, Stephen Yeboah, Emmanuel Opoku Marfo, and Peter Ansu-Mensah. “Corporate Social Responsibility (CSR): Motivations and Challenges of a Multinational Enterprise (MNE) Subsidiary’s Engagement with Host Communities in Ghana.” *International Journal of Corporate Social Responsibility* 6, no. 1 (2021).
- Bahman, Saeidi Pour, Nazari Kamran, and Emami Mostafa. “Corporate Social Responsibility: A Literature Review.” *African Journal of Business Management* 8, no. 7 (2014): 228–234.
- Bank, P T, and Muamalat Indonesia. “No Title” (2017): 1–142.
- Bank Syariah Mandiri. “Laporan Keuangan Bank Syariah Mandiri 2020” (2020): 1–109.
- . “Laporan Tahunan 2019 : Memberikan Nilai Tambah Melalui Pengembangan Kapabilitas Internal.” *PT. Bank Syariah Mandiri*

- (2019): 412. [https://www.mandirisyariah.co.id/assets/pdf/annual-report/Bank-Syariah\\_mandiri-Annual-Report2019\(Update\).pdf](https://www.mandirisyariah.co.id/assets/pdf/annual-report/Bank-Syariah_mandiri-Annual-Report2019(Update).pdf).
- BRI Syariah. "Laporan Tahunan Bank BRI Syariah 2020." *Bankbsi.Com* (2020): 46–47. <https://www.ir-bankbsi.com/misc/AR/AR-BRIS-2020.pdf>.
- Brown, Noel, and Craig Deegan. "The Public Disclosure of Environmental Performance Information - A Dual Test of Media Agenda Setting Theory and Legitimacy Theory." *Accounting and Business Research* 29, no. 1 (1998): 21–41.
- Cahyaningtyas, Fadilla. "Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Lembaga Keuangan Yang Terdaftar Di BEI." *Journal of Economics, Business, and Government Challenges* 1, no. 1 (2018): 10–21.
- Dazia, Ely, Dian Maulita, and Dien Sefty Faramita. "Analisis Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Laporan Tahunan Terhadap Koefisien Respon Laba Akuntansi." *Jurnal Juma Unsera*, no. 2008 (2017): 40–48.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2007.
- departemen agama republik indonesia. *Al-Quran Dan Terjemahnya*. Bandung: cv penerbit diponegoro, 2010.
- Dewi, Pradnyarani. "Bentuk Implementasi Tanggung Jawab Sosial Pada Bank Syariah." *Lingkungan dan Pembangunan* 4, no. 1 (2020): 67.
- Djakfar, Muhammad. *Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus, 2012.
- Donaldson, Thomas, and L E E E Preston. "The Stakeholder Theory of the Corporation : Concepts , Evidence , and Implications Author ( s ): Thomas Donaldson and Lee E . Preston Source : The Academy of Management Review , Jan . , 1995 , Vol . 20 , No . 1 ( Jan . , 1995 ) , Pp . Published by : Academy " 20, no. 1 (1995): 65–91.
- Dwi Kartini. *Corporate Social Responsibility*. Bandung: PT Refika Aditama, 2020.
- Fitri Indah Sari, Mediaty, Darwis Said. "No Title." *Jurnal Ilmiah*

*Akuntansi Peradaban* 6 (2020): 10.

- Freeman, R. Edward Edward, and John McVea. "A Stakeholder Approach to Strategic Management." *SSRN Electronic Journal*, no. January (2005).
- Gheraia, Zouheyr, Sawssan Saadaoui, and Hanane Abed Abdelli. "Business Ethics and Corporate Social Responsibility : Bridging the Concepts" (2020): 2020–2029.
- Gray, Rob, Reza Kouhy, Simon Lavers, Rob Gray, Reza Kouhy, and Simon Lavers. "Longitudinal Study of UK Disclosure" (1995).
- Hadi, Nor. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- . "Peran Biaya Sosial Terhadap Peningkatan Kinerja Social Responsibility pada Perusahaan Industri Manufaktur Listed D bursa Efek Indonesia." *Iqtishadia* 10, no. 2 (2018): 29.
- . "Social Responsibility : Kajian Theoretical Framework , Dan Perannya Dalam Riset Dibidang Akuntansi." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 4, no. 8 (2009): 88–109.
- Hardiani. "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Brand Image (Citra Perusahaan) Studi Pada PT. Bank BRI Tbk (Persero) Cabang Makassar." *Jurnal Imiah BONGAYA (Manajemen & Akuntansi)*, no. Xix (2016): 51.
- Hermawan, Sigit, Dan Restu, and Widya Rini. "Pengelolaan Dana Zakat, Infaq, Dan Shadaqah Perspektif Syariah Enterprise Theory." *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia* 1, no. 1 (2016): 2016.
- Ibrahim, Faridah, Siti Maziha Mustapha, Amlil Hazlin Ahmad Mokhtar, Dil Froz Jan Sayed Halem Shah, and Koh Suet Nie. "Youth as Stakeholders and Their Engagement towards Government Programmes (GP)." *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication* 35, no. 2 (2019): 211–226.
- Inten Meutia. *Menata Pengungkapan CSR Di Bank Islam Suatu Pendekatan Kritis*. Jakarta: Citra Pustaka Indonesia, 2010.
- Ladina, P., T. Wijono, and N. Nuzula. "ANALISIS PELAPORAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN INDUK DAN SUBSIDIARY TAHUN 2014

- (Studi Pada Perusahaan Induk Dan Subsidiary Yang Terdaftar Di BEI Dan Menggunakan Pedoman GRI G4).” *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 41, no. 1 (2016): 1–8.
- Lexy J. Moeleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, n.d.
- Limão, Nuno. “국회선진화법’ 에 관한 토론No Title’.” *입법학연구* 제13집 1호, no. May (2016): 31–48.
- Marthin, Marthin, Marthen B Salinding, and Inggit Akim. “Implementasi Prinsip Corporate Social Responsibility (Csr) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.” *Journal of Private and Commercial Law* 1, no. 1 (2018): 111–132.
- Mazur, Barbara, Marzena Ciechorzewska, and Marta Mazur-Malek. “Human Oriented Corporate Actions: Stakeholders and CSR.” *Organization and Management* 2, no. 50 (2020): 113–132.
- Meldona, Ninda Aulia Riska, Sulis Rochayatun, and Fajar Nurdin. “Corporate Social Responsibility Disclosure Through Sharia Enterprise Theory” 135, no. Aicmbs 2019 (2020): 171–179.
- Mousa, et. al., Gehan. A. “Legitimacy Theory and Environmental Practices: Short Notes.” *International Journal of Business and Statistical Analysis* 2, no. 1 (2015): 41–53.
- Muhamad. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016.
- Nayenggita, Gina Bunga, Santoso Tri Raharjo, and Risna Resnawaty. “Praktik Corporate Social Responsibility (Csr) Di Indonesia.” *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial* 2, no. 1 (2019): 61.
- Ni Wayan Novi Budiasni, dan Gede Sri Darma. *Corporate Sosial Responsibility Dalam Ekonomi Berbasis Kearifan Lokal Di Bali*. Bali: Nilacakra, 2020.
- Novarela, Dori, and Indah Mulia Sari. “Pelaporan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah Dalam Perspektif Shariah Enterprise Theory (SET).” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam* 3, no. 2 (2019): 145–160.
- Otoritas Jasa Keuangan. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008*, n.d.

- Parmar, Bidhan L, R Edward Freeman, Jeffrey S Harrison, Andrew C Wicks, Lauren Purnell, L Bidhan, R Edward, S Jeffrey, and C Andrew. "The Academy of Management Annals Stakeholder Theory : The State of the Art Stakeholder Theory : The State of the Art." *Management*, no. 936836193 (2011): 403–445.
- Phillips, Robert, R Edward Freeman, and Andrew C Wicks. "WHAT STAKEHOLDER THEORY IS NOT Robert Phillips, R. Edward Freeman, and Andrew C. Wicks" 13, no. 4 (2019): 479–502.
- Poerwanto. *New Bussines Administration*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006.
- Pradnyarani Dewi, "Bentuk Implementasi Tanggung Jawab Sosial Pada Bank Syariah," *Lingkungan dan Pembangunan* 4, no. 1 (2020): 67.
- Pramiana, Omi, Nur Anisah, Omi Pramiana, and Nur Anisah. "Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory" 13, no. 2 (2018): 169–182.
- Pratiwi, Aliah, Nafisah Nurulrahmatia, and Puji Muniarty. "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di BEI." *Owner* 4, no. 1 (2020): 95.
- Presiden Republik Indonesia. "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007" (n.d.).
- Preston, Alistair M, David J Cooper, D Paul Scarbrough, and Robert C Chilton. "CHANGES IN THE CODE OF ETHICS OF THE U . S . ACCOUNTING PROFESSION , 1917 AND 1988 : THE CONTINUAL QUEST FOR LEGITIMATION \* University of New Mexico University of Alberta" 20, no. 6 (1995): 507–546.
- PT BRI Syariah Tbk. "BRI Syariah Laporan Tahunan 2019" (2019): 62–63.
- Putri, Sri Ujjana. "Analisis Akuntabilita Berbasis Syariah Enterprise Theory Untuk Pengembangan Bisnis Rumah Jahit Akhwat Di Makassar." *Jurnal Bidang Kajian Islam* 6, no. 2 (2020).
- Rijali, Ahmad. "Analisis Data Kualitatif [Qualitative Data Analysis]." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (2019): 81.
- Rukajat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Grup

Penerbitan CV Budi Utama, 2018.

- Sandi Siyoto dan M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sawitri, Desy Retma, Ahmad Juanda, and A Waluya Jati. "Analisis Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah Indonesia Berdasarkan Islamic Social Reporting Index." *Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi* 15, no. 2 (2017): 983–992.
- Shirvoikar, Saprem, and Satyam Shirvoiker. "An Overview of Corporate Social Responsibility." *International Journal of Advanced Research* 5, no. 4 (2017): 437–439.
- Solikhah, Badingatus. "AN OVERVIEW OF LEGITIMACY THEORY ON THE INFLUENCE OF COMPANY SIZE AND INDUSTRY" 14, no. 5 (2016): 3013–3023.
- Sudaryati, Dwi, and Yunita Eskadewi. "Pengaruh Corporate Governance Terhadap Tingkat Pengungkapan Corporate Social Responsibility Di Bank Syariah." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 11, no. 1 (2012): 14–28.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R Dan D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Triyuwono, I. "Iwan Sing Liyan.Pdf." *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 2011.
- Triyuwono, Iwan. "Metafora Zakat Dan Shari'Ah Enterprise Theory Sebagai Konsep Dasar Dalam Membentuk Akuntansi Syari'Ah." *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia* 5, no. 2 (2001): 131–145.
- Wang, Jia, H Dudley Dewhirst, and H Dudley Dewhirst. "Boards of Directors and Stakeholder Orientation" 11, no. 2 (2014): 115–123.
- Wibisono, Yusuf. *Membedah Konsep Dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Gresik: Fascho Publishing, 2007.