

**PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM
PRESPEKTIF *SHARIAH ENTERPRISE THEORY***

(Studi Pada PT XL Axiata Indonesia)



SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Dalam Ilmu Ekonomi

Oleh

A RUSLAN ABDUL GHANI

NPM: 1251010149

Program Studi: EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

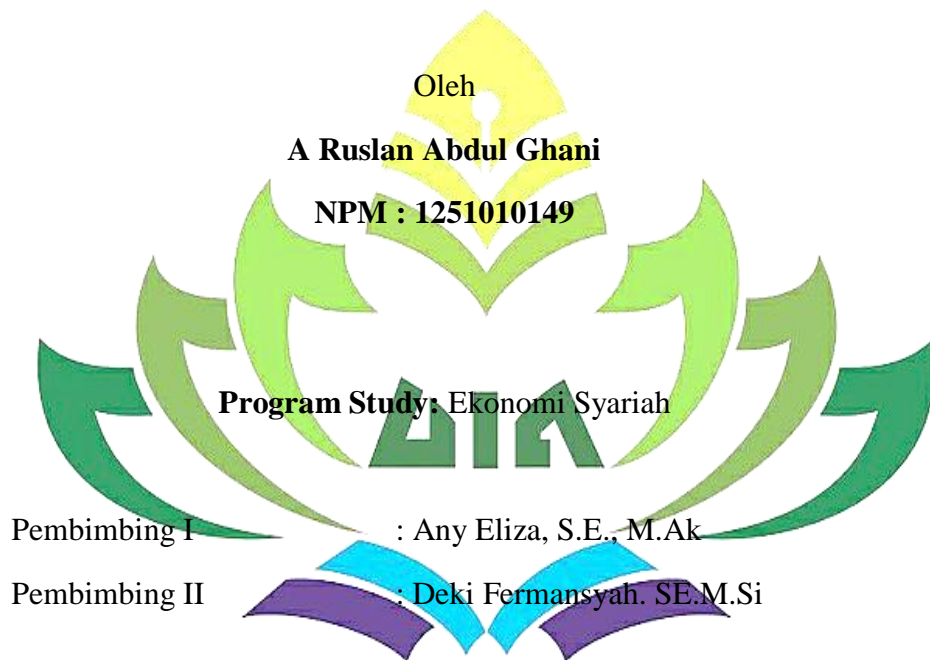
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

TAHUN 1440 H/2019 M

**PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM
PRESPEKTIF *SHARIAH ENTERPRISES THEORY* (Studi pada PT XL
Axiata Indonesia)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) dalam ilmu Ekonomi dan Bisnis
Islam



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI RADEN INTAN LAMPUNG
TAHUN 1440 H / 2019 M**

ABSTRAK

Pertanggung jawaban sosial perusahaan menjadi sebuah isu penting pada saat ini. Pertanggung jawaban sosial yang selanjutnya disebut CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan inti dari dasar etika bisnis bagi tiap perusahaan. Adanya saham index syariah yang mewajibkan perusahaan-perusahaan di dalam saham index syariah harus berjalan sesuai konsep syariah. Sehingga peneliti memandang perlu meneliti kesesuaian konsep syariah pada perusahaan PT XL Axiata Indonesia dalam laporan pertanggung jawaban sosial berdasarkan prinsip *Shariah Enterprise Theory*. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana pengungkapan Corporate Social Responsibility pada PT XL Axiata Indonesia tahun 2017? Dan Apakah informasi-informasi terkait pelaporan CSR PT XL Axiata Indonesia sesuai dengan konsep pengungkapan tanggung jawab sosial 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 dan sustainability report PT XL Axiata Indonesia tahun 2017. 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 pengungkapan *Corporate Social Responsibility* PT XL Axiata tahun 2017 berpedoman dengan penerapan 4P yaitu (People, Planet, Profit, and Proses). Sehingga pelaksanaan CSR PT XL Axiata tahun 2017 sudah baik. Sedangkan Informasi-informasi terkait pelaporan *Corporate Social Responsibility* PT XL Axiata tahun 2017 dilihat melalui konsep *Shariah Enterprise Theory* maka memiliki skor 66,7% (cukup informatif). Meskipun pada pelaporan item akuntabilitas Vertikal dan akuntabilitas horizontal terhadap konsumen memiliki skor 0% (tidak informatif). Hal ini menunjukkan bahwa PT XL Axiata masih harus memperbaiki beberapa unsur syariah agar bisa memperoleh skor yang lebih tinggi.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, *PT XL Axiata*, *Shariah Enterprise Theory*



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

Alamat: Jalan Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame 1 Bandar Lampung 35131

PERSETUJUAN

JUDUL : PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DALAM PERSPEKTIF *SHARIAH ENTERPRISE THEORY*
(Studi Pada PT XL Axiata Indonesia)

Nama : A Ruslan Abdul Ghani
NPM : 1251010149
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I

Any Eliza, S.E. M.Ak
NIP. 198308152006042004

Pembimbing II

Deki Fermansyah, SE.M.Si
NIP. 198706042015031006

Mengetahui
Ketua Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam

Madnasir, S.E., M. Si
NIP. 197504242002121001



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

Alamat: Jalan Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame 1 Bandar Lampung 35131

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul : **PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM PRESPEKTIF SHARIAH ENTERPRISES THEORY** (Studi pada PT XL Axiata Indonesia) disusun oleh : **A Ruslan Abdul Ghani, NPM.1251010149**, Program Studi : **Ekonomi Syariah**, telah diujikan dengan sidang munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Raden Intan Lampung, pada Hari/Tanggal : **Kamis, 27 Juni 2019**.

TIM DEWAN PENGUJI

Ketua : A. Zuliansyah, S.Si., M.M

(.....)

Sekretaris : Dinda Fali Rifan, M.Ak

(.....)

Penguji I : Fatih Fuadi, S.E.I., M.Si.

(.....)

Penguji II : Any Eliza, S.E., M.Ak

(.....)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Ruslan Abdul Ghafur, M.Si
NIP. 198008012003121001

MOTTO

هَلْ جَزَاءُ الْإِحْسَنِ إِلَّا الْإِحْسَانُ ﴿٦٠﴾

Artinya : Tidak ada balasan kebaikan kecuali kebaikan (pula). (Q.S Ar-Rahman : 60)¹



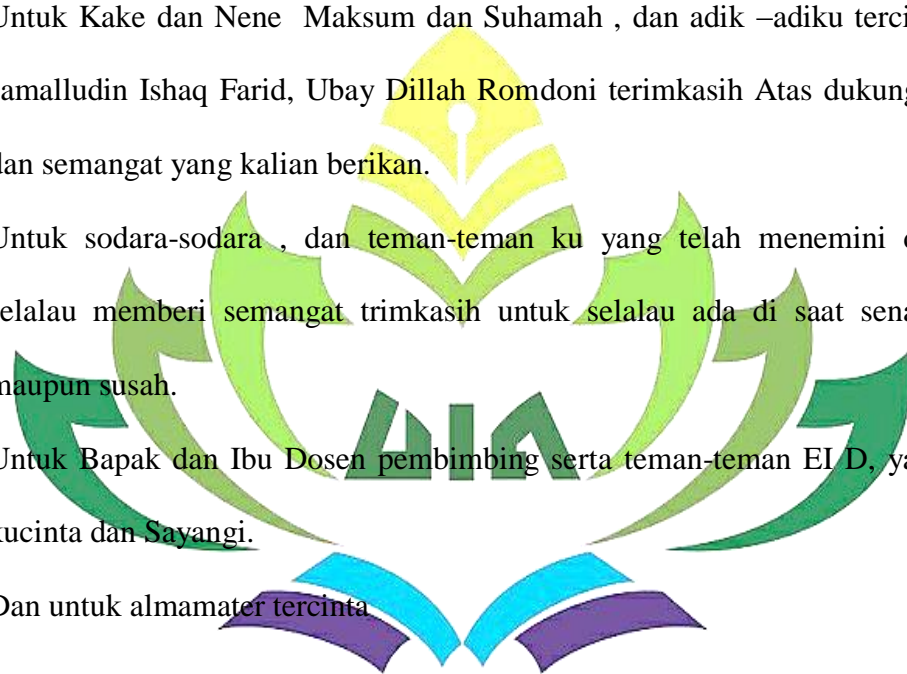
¹Departemen Agama RI, *Mushaf Al Qur'an Terjemah* (Jakarta: Al Huda Kelompok Gema Insani, 2002) h.533

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dalam waktu yang singkat.

Karya ini penulis persembahkan kepada:

1. Bapa dan Mamah tersayang Marwan Bunyamin dan Roswati terima kasih atas dukungan dan semangat yang kalian berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Untuk Kake dan Nene Maksun dan Suhamah, dan adik-adiku tercinta Jamalludin Ishaq Farid, Ubay Dillah Romdoni terimakasih Atas dukungan dan semangat yang kalian berikan.
3. Untuk saudara-saudara, dan teman-teman ku yang telah menemani dan selalau memberi semangat trimkasih untuk selalau ada di saat senang maupun susah.
4. Untuk Bapak dan Ibu Dosen pembimbing serta teman-teman EI D, yang kucinta dan Sayangi.
5. Dan untuk almamater tercinta



RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap penulis adalah A Ruslan Abdul Ghani, dilahirkan pada tanggal 10 September 1992 di Beringin Jaya, putra pertama dari tiga bersaudara, buah pernikahan dari pasangan Bapak Marwan Bunyamin dan Ibu Roswati.

Pendidikan dimulai dari Madrasah Ibtidaiyah AL – Huda Beringin Jaya, tamat pada tahun 2004. Melanjutkan pendidikan Menengah pertama pada MTs N Cilendek Kota Tasikmalaya, tamat pada tahun 2007. Melanjutkan pendidikan pada jenjang menengah atas di MAN 1 (Model) Bandar Lampung, selesai pada tahun 2010. Pada tahun 2012 melanjutkan pendidikan pendidikan kejenjang perguruan tinggi, pada Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung dan mengambil program Studi Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan hidayah, ilmu pengetahuan, kekuatan, dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam senantiasa selalu tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW, para sahabat, keluarga, pengikut-Nya yang taat pada ajaran agama-Nya, yang telah rela berkorban unyuk mengeluarkan umat manusia dari zaman jahiliyah menuju zaman Islamiyah yang penuh dengan IPTEK serta diridhoi Allah SWT yaitu dengan Islam dan Iman.

Sekripsi ini disusun untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana pada Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam, pada program strata satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kekeliruan, ini semata-mata karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu, penulis merasa perlu menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Moh. Bahruddin, M. A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung beserta jajaran nya yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
2. Bapak Madnasir, S.E., M.Si., selaku ketua jurusan Ekonomi Syariah. Terimakasih atas petunjuk dan arahan yang diberikan selama masa studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

3. Ibu Any Eliza, S.E., M.Ak selaku pembimbing I dan Bapak Deki Fermansyah, SE.M.Si selaku pembimbing II yang telah memperkenankan waktu dan ilmunya untuk mengarahkan dan memotivasi penulis.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
5. Orang tuaku, kake nene, adiku dan semua keluarga yang selalu berdo'a dengan tulus dan memberikan motivasi untuk keberhasilanku.
6. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2012 khususnya klas D dan sahabat-sahabat ku trimkasih Atas motivasi dan dukungannya selama ini.
7. Semua pihak yang tidak bisa di sebutkan satu persatu oleh penulis namun telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhirnya, dengan iringan terimakasih penulis memanjatkan do'a kehadiran Allah SWT, semoga jerih payah dan amal bapak-bapakk dan ibu-ibu serta teman-teman sekalian akan mendapatkan balasan yang sebaik-baik nya dari Allah SWT dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan para pembaca pada umumnya. Amin.

Bandar Lampung , Februari 2019

A Rruslan Abdul Ghani
NPM.1251010149

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
PERSETUJUAN.....	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Pengesahan judul.....	1
B. Alasan memilih judul	3
C. Latar belakang.....	4
D. Rumusan masalah	13
E. Tujuan penelitian.....	14
F. Manfaat penelitian.....	14
G. Metode penelitian.....	15
H. Tinjauan Pustaka.....	18
BAB II LANDASAN TEORI	21
A. Pengertian konsep CSR.....	21
B. Teori-Teori Corporate Social Responsibility	25
1. Agency Theory.....	25
2. Legitimacy Theory	26
3. Stakeholders Theory.....	28
C. Pelaksanaan Corporate Social Responsibility di Indonesia	29
D. Corporate Social Responsibility dalam Islam	33
E. Syariah Enterprises Theory.....	37
1. Konsep syariah Enterprises Theory	37

2. Perbedaan Agency Theory, Legitimacy Theory, Stakeholders theory, dengan Shariah Enterprise Theory (SET).....	40
3. Item Pengungkapan Shariyah enterprise theory.....	41
F. Kerangka pemikiran.....	44

BAB III PENYAJIAN DATA47

A. Sejarah PT XL Axiata.....	47
B. Struktur Kelembagaan di PT XL Axiata Indonesia.....	49
1. Dewan Komisaris.....	49
2. Direksi.....	50
3. Komite di bawah Direksi.....	51
a. Komite Oprasional.....	51
b. Komite Pemasaran.....	52
c. Komite Sumber Daya Manusia.....	52
d. Komite Anggaran.....	52
e. Komite Manjemen Keseimbangan Bisnis.....	53
f. Komite Bisnis Baru.....	53
C. Gambaran Umum Pelaksanaan CSR PT XL Axiata.....	54
1. Perogram Lingkungan.....	54
2. Perogram Ketenagakerjaan, Kesehatan, dan Keselamatan Kerja (K3).....	54
3. Perogram Sosial dan Pengembangan Masyarkat.....	56
4. Tanggung Jawab Kepada Konsumen Responsibility Toward Customers.....	56

BAB IV ANALISIS DATA.....58

A. Pengungkapan Corporate Social Responsibility di PT XL Axiata.....	58
1. Perogram Tanggung Jawab Lingkungan Tahun 2017.....	60
2. Perogram Tanggung Jawab Terhadap Ketenagakerjaan, Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3).....	60

3. Perogram Tanggung Jawab terhadap Pengembangan Sosial dan Kemasyarakatan.....	63
4. Perogram Tanggung Jawab terhadap Konsumen	65
B. Informasi – informasi terkait pengungkapan CSR PT XL Axiata Menurut Shariah Enterprise Theory	72
1. Sekor index SET PT XL Axiata tahun 2017 berdasarkan dimensi dan sub item	73
2. Akuntabilitas Vertikal (Allah)	75
3. Akuntabilitas Horizontal (direct stakeholders) Konsumen.....	75
4. Akuntabilitas Horozontal (direct stakeholders) Karyawan.....	76
5. Akuntabilitas Horozontal (direct stakeholders) Komunitas	76
6. Akuntabilitas Horozontal (direct stakeholders) Alam	77

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	79
B. Saran-Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKAAN

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan Agenci Theory, ,Legitimacy Theory, dengan Syariah Enterprise Theory (SET)	41
Tabel 1.2 Item – item Pengungkapan Korporate scial Responsibillity	43
Prespektif Syariah Enterprise Theory	41
Tabel 1.4 Implementasi CSR PT XL Axiata Tahun 2017 dilihat dengan indicator Shariyah Enterprise Theory	73



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Kerangka awal untuk melihat dengan jelas dalam memahami proposal ini. Maka perlu menguraikan penegasan arti dan makna dari beberapa istilah yang terkait dengan tujuan proposal ini. Dengan penegasan ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas sehingga tidak ada kesalahpahaman terhadap pemaknaan judul dari beberapa istilah yang digunakan, disamping itu juga sebagai proses penekanan terhadap pokok permasalahan yang akan dibahas.

Judul yang dimaksud pada penelitian ini adalah **Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam Perspektif *Shariah Enterprise Theory* (Studi pada PT XL Axiata Indonesia)**

Oleh karena itu perlu diuraikan pengertian dari istilah-istilah judul tersebut sebagai berikut:

1. Analisis adalah penyelidikan terhadap sesuatu peristiwa (karangan, perbuatan dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.²
2. Pelaporan *Corporate Social Responsibility* atau yang lebih dikenal dengan istilah *Sustainability Report* adalah praktek pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan

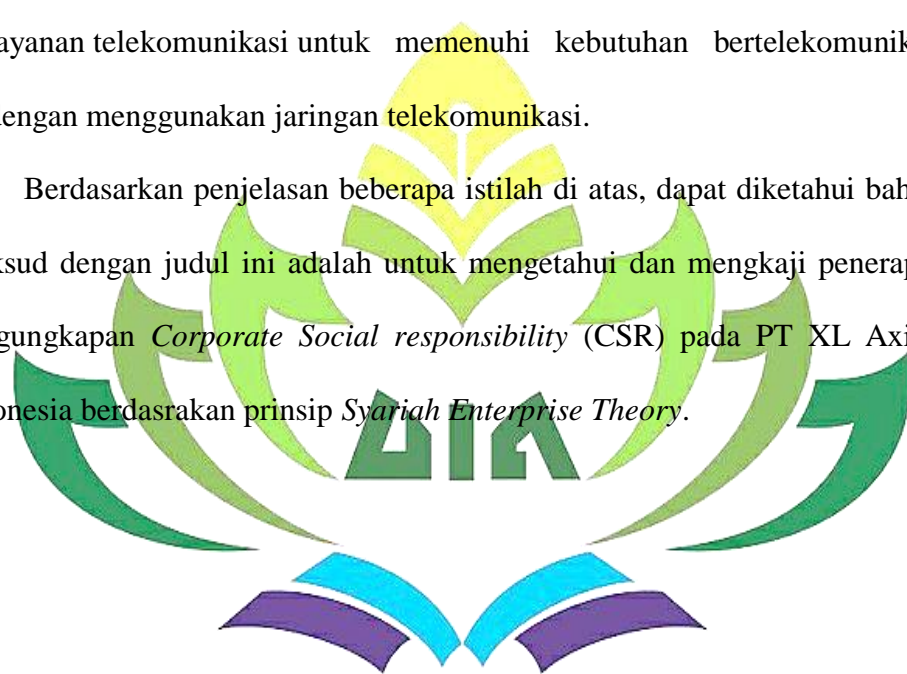
² Tim Penyusun Kamus Pusat dan Pengembangan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011.), h 58

pembangunan berkelanjutan kepada para pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal.³

3. *Shariah Enterprise Theory* ialah konsep *enterprise theory* yang telah dikombinasikan dengan nilai-nilai Islam guna menghasilkan teori yang *transcendental* dan *humanis*.⁴ Teori ini meletakkan pertanggung jawaban terbesar adalah kepada Allah (Akuntabilitas Vertikal) yang kemudian dijabarkan lagi pada bentuk pertanggung jawaban pada manusia dan alam (akuntabilitas horizontal).

4. Perusahaan Telekomunikasi adalah perusahaan dibidang jasa layanan telekomunikasi untuk memenuhi kebutuhan bertelekomunikasi dengan menggunakan jaringan telekomunikasi.

Berdasarkan penjelasan beberapa istilah di atas, dapat diketahui bahwa maksud dengan judul ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji penerapan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada PT XL Axiata Indonesia berdasarkan prinsip *Syariah Enterprise Theory*.



³ Pregnandia Ladina, Topo Wijono, dkk, Analisis Pelaporan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Induk Dan *Subsidiary* Tahun 2014 Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 41 No.1 Desember 2016, h. 2-3

⁴ Triyuwono, Iwan. Mengangkat "sing liyan" untuk Formulasi Nilai Tambah Syari'ah. *Simposium Nasional Akuntansi X Unhas*, 26-28 Juli 2007. 1 -21.Tri wuyono, 2007, h. 4

B. Alasan Memilih Judul

Beberapa alasan pemilihan judul yang peneliti ungkap adalah sebagai berikut:

1. Alasan Objektif

Alasan objektif peneliti dilatar belakangi oleh adanya tuntutan perusahaan untuk melakukan CSR. CSR adalah salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat yang menekankan bahwa pemilik perusahaan mempunyai tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungannya tidak terkecuali perusahaan di bidang telekomunikasi.

Adanya saham index syariah yang mewajibkan perusahaan-perusahaan di dalam saham index syariah harus berjalan sesuai konsep syariah. Sehingga peneliti memandang perlu meneliti kesesuaian konsep syariah pada perusahaan PT XL Axiata Indonesia dalam laporan pertanggung jawaban sosial berdasarkan prinsip *Syariah Enterprise Theory*.

Pemilihan PT XL Axiata Indonesia dikarenakan PT XL Axiata Indonesia adalah perusahaan telekomunikasi swasta pertama yang ada di Indonesia dan masuk sebagai perusahaan yang terindeks saham Syariah, sehingga penulis merasa PT XL Axiata Indonesia sangat cocok untuk dijadikan tempat penelitian.

2. Alasan Subjektif

- a. Alasan subjektif peneliti adalah kesesuaian keilmuan peneliti yaitu jurusan ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung
- b. Penulis optimis bahwa penelitian ini dapat diselesaikan karena didukung banyaknya data dan literature-literatur pustaka yang tersedia.

C. Latar Belakang

Globalisasi ekonomi menciptakan persaingan, peluang bisnis, selain juga tantangan yang menyentuh berbagai dimensi bisnis mulai dari segi kemampuan sumber daya manusia dan persaingan layanan hingga pengembangan sumber daya manusia dari operasi bisnis hingga pemerintah, LSM, dan konsumen.

Berbicara mengenai perseroan, maka tidak dapat dilepaskan dengan tujuan dari perseroan itu sendiri. Perseroan yang berdiri karena dilatar belakangi oleh adanya kebutuhan masyarakat tersebut tumbuh dan berkembang dengan tujuan utama yaitu *profit oriented*.

Seiring dengan tujuan utama dari perseroan, perkembangan dunia usaha dewasa ini juga tidak dapat dipisahkan dengan lingkungan eksternalnya. Yang dimaksud dengan lingkungan eksternal di sini adalah lingkungan yang berada di luar perseroan. Perseroan selain mengejar keuntungan juga harus memperhatikan masyarakat dan lingkungan sekitar agar aktivitas perseroan dapat berjalan dengan seimbang. Sehingga

memunculkan sebuah konsep yang berdasarkan tanggung jawab sosial atau sering disebut CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Pertanggung jawaban sosial perusahaan menjadi sebuah isu penting pada saat ini. Pertanggung jawaban sosial yang selanjutnya disebut CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan inti dari dasar etika bisnis bagi tiap perusahaan. CSR adalah salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat yang menekankan bahwa pemilik perusahaan mempunyai tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungannya.⁵

Pertama-tama CSR hanya bersifat sukarela (*voluntary*). Hal ini sejalan dengan pendapat Isa Wahyudi, bahwa meskipun belum ada kesatuan bahasa dalam memaknai CSR, tetapi CSR ini telah diimplimentasikan oleh perusahaan dalam berbagai bentuk kegiatan yang didasarkan atas kesukarelaan.⁶ Hal inilah yang menjadi masalah karena sifat kesukarelaan ini menjadi peluang perusahaan untuk tidak melaksanakan CSR. Hal itulah yang dikhawatirkan jika tidak ada pengaturan yang bersifat mengikat perusahaan untuk menjalankan CSR.

Pada saat yang sama, pembisnis atau wirausahawan juga telah berkembang dari sekedar mengejar laba semata menjadi “*profit, people and planet*”. Seiring berjalannya waktu terjadi kecenderungan perusahaan

⁵ Asraf Wadji Dusuki dan Humayon. “Stakeholder’s Perceptions Of Corporate Social Responsibility Of Islamic Banks: Evidence From Malaysian Economy”, *The 6th International Conference on Islamic Economic and Finance*, Vol.1, (2005), h. 390

⁶ Isa Wahyudi & Busyra Azheri. *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*, (Malang: In-Trans Publishing, 2008), hal. xv.

terhadap “*sustainability*” jangka panjang dibandingkan terhadap “*profitability*” dalam jangka pendek.

Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu dari beberapa tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan (*stakeholders*). Pemangku kepentingan dalam hal ini adalah orang atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan, maupun operasi perusahaan.⁷

Tetapi, pada perkembangannya CSR menjadi sangat populer, karena CSR menjadi salah satu pengukur untuk menilai keberhasilan perusahaan dalam operasionalnya di berbagai belahan dunia.⁸ Sehingga CSR dinilai wajib untuk diterapkan perusahaan. Kewajiban ini juga didasari oleh kebijakan pemerintah untuk mewajibkan perusahaan dalam kegiatan sosial dilingkungannya.

Banyaknya penerapan CSR di perusahaan didasarkan pada beberapa faktor, yaitu pertama, adanya undang-undang yang mewajibkan perusahaan untuk menjalankan CSR.⁹ Adanya ketetapan untuk melakukan kegiatan yang harus berdasarkan pada tanggung jawab sosial dan lingkungan baik berupa undang-undang maupun peraturan pemerintah seperti, Undang Undang No 40 tahun 2007 pasal 74 tentang kewajiban Perseroan, undang-undang No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan peraturan yang terbaru berupa peraturan pemerintah No. 47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan

⁷ Solihin, Ismail. 2009. *Corporate Social Responsibility (CSR)*. (Jakarta: Salemba Empat), h, 4

⁸ Muhammad Yasir Yusuf, “Model Pelaksanaan CSR Bank Syariah: Kajian Empiris Pembiayaan Mikro Baitul Mal Aceh”, *Jurnal La-riba* Volume IV. No. 2 (Desember 2010), hal.198

⁹ Lihat Undang-Undang No 40 tahun 2007 pasal 74 tentang Perseroan terbatas.

lingkungan perseroan terbatas dan lain sebagainya. Adanya Undang-undang tersebut mewajibkan perusahaan-perusahaan di Indonesia menjalankan program CSR tidak terkecuali perusahaan jasa, dalam hal ini adalah perusahaan telekomunikasi.

Apabila perusahaan tidak melaksanakan program CSR maka pemerintah dapat memberikan sanksi sesuai dengan ketentuan undang-undang yang berlaku. Sanksi ini didasarkan pada UU No 40 tahun 2007 pasal 74 ayat 3 tentang pelaksanaan CSR. Adanya undang-undang ini menjadi salah satu pemicu motivasi perusahaan untuk menjalankan CSR.

Selain itu pula, dasar pelaksanaan CSR adalah adanya nafas etika bisnis dalam sebuah perusahaan perseroan, meskipun secara samar namun melekat.¹⁰ Hal ini juga tercantum pada penjelasan Undang Undang Perseroan Terbatas.¹¹ Dalam artian bahwa perseroan seharusnya memiliki suatu hubungan yang harmonis, serasi dan seimbang sesuai dengan nilai, moral, dan budaya masyarakat setempat. Hal ini menunjukkan bahwa perseroan terbatas atau perusahaan haruslah menjaga nilai-nilai etis dengan masyarakat secara baik selain konsentrasi pada aspek dunia bisnis.

Pelaporan *Corporate Social Responsibility* atau sering disebut CSR sangat hangat dibicarakan pada saat ini. Di Indonesia CSR semakin menguat dengan munculnya undang-undang PT no.4 Tahun 2007 tentang kewajiban perusahaan untuk bertanggung jawab sosial perusahaan. pengeluaran regulasi terhadap kewajiban praktek dan pengungkapan CSR melalui Undang-undang

¹⁰ T. Gayus Lumbun. Telaah Hukum Atas Ketentuan Corporate Social Responsibility dalam UUPT (undang-undang Perseroan Terbatas). *Makalah*, hal.2.

¹¹ Muhammad Yasir Yusuf, Model...., hal, 198.

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 menjelaskan kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam. 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 yang mengatur setiap penanam modal diwajibkan untuk ikut serta dalam kegiatan CSR.

Dalam pemilihan perusahaan, pada penelitian ini, peneliti memilih untuk melakukan penelitian pada perusahaan yang bergerak di sub sektor telekomunikasi yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang terindeks pada saham syariah. Perusahaan-perusahaan sektor telekomunikasi merupakan salah satu sektor yang mempunyai perkembangan cukup pesat di Indonesia. Oleh sebab itu perusahaan-perusahaan ini dituntut untuk memiliki performa keuangan yang baik dalam pengelolaannya agar dapat menjaga kelangsungan perusahaan. Ada 6 perusahaan sub sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yakni PT Bakrie Telecom Tbk, PT XL Axiata Tbk, PT Smartfren Tbk, PT Inofisi Infracom Tbk, PT Indosat Tbk dan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. Perusahaan-perusahaan ini juga diwajibkan memiliki tanggung jawab sosial terkait lingkungannya sendiri.

Pemilihan PT XL Axiata Indonesia mendapat penghargaan Indonesia *Corporate Social Responsibility Awards* 2017 yang diinisiasi oleh Majalah

Indonesia, Asia Institute, Economic Review, dan Ideku Group. XL Axiata meraih Peringkat 1 untuk kategori Telekomunikasi. Chief Corporate Affairs Officer XL Axiata

PT XL Axiata Indonesia adalah Perusahaan dalam perusahaan telekomunikasi yang telah lama berada di Indonesia. PT XL Axiata yang masuk dalam DES (Daftar Efek Syariah). Perusahaan yang terdaftar pada DES seharusnya perlu menjunjung nilai-nilai yang sesuai dengan etika syariah itu sendiri.

Sejarah Pasar modal syariah dapat ditelusuri dari perkembangan institusional yang terlibat dalam pengaturan pasar modal syariah tersebut. Perkembangan tersebut dimulai dari MoU antar Bapepam dan DSN-MUI untuk mengembangkan pasar modal berbasis syariah di Indonesia (Bapepam-LK).

Dari sisi kelembagaan Bapepam-LK, perkembangan Pasar Modal Syariah ditandai dengan pembentukan Tim pengembangan pasar Modal Syariah pada tahun 2003. Selanjutnya, pada tahun 2004 pengembangan Pasar Modal Syariah masuk dalam struktur organisasi Bapepam-LK, dan dilaksanakan oleh unit setingkat eselon IV yang secara khusus mempunyai tugas dan fungsi mengembangkan pasar modal syariah. Sejalan dengan perkembangan industri yang ada, pada tahun 2006 unit eselon IV yang ada sebelumnya di tingkatkan menjadi unit setingkat eselon III.

Pada tanggal 23 November 2006, Bapepam-LK menerbitkan paket peraturan Bapepam dan LK terkait Pasar Modal Syariah. Paket peraturan

tersebut yaitu peraturan Bapepam-LK Nomor IX.A13 tentang penerbitan Efek Syariah dan Nomor IX.A14 tentang akad-akad yang di gunakan dlam penerbitan Daftar Efek Syarih dan diikuti dengan peluncuran Daftar Efek Syariah perama kali oleh Bapepam dan LK pada tanggal 12 September 2007.

Perkembangan Pasar Modal Syariah mencapai tonggak sejarah baru dengan disahkannya UU Nomor 19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) pada tanggal 7 mei 2008. Undang-undang ini brlaku sebagai landasan hukum untuk penerbitan surat berharga syariah negara atau sukuk negara.Pada tanggal 26 Agustus 2008 untuk pertma kalinya pemerintah Indonesi menerbitkan SBSN seri IFR0001 dan IFR0002.

Pada tanggal 30 Juni 2009, Bapepam -LK telah melakukan penyempurnaan terhadap peraturan Bapepam- LK Nomor IX.A.13 tentang penerbitan Efek Syariah dan II.K.1 tentang kriteria dan penerbitan Daftar Efek Syariah serta beberapa Fatwa Dewan Syariah seperti:

1. FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL No.05/DSN-MUI/IV/2000 tentang jul beli saham.
2. FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL No. 40/DSN-MUI/IX/2003 tentang pasar modal dan pemodal umum penerapan prinsip syariah di bidang pasar modal syariah.
3. FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL No. 80/DSN-MUI/III/2011 tentang penerapan prinsip syariah dalam mekanism perdagangan efek brsifat ekuitaas di Pasar Reguler Bursa Efek.

Saham-saham yang masuk dalam indeks syariah adalah emiten yang kegiatan usahanya tidak bertentangan dengan syariah seperti:

1. Perjudian dan permainan yang tergolong judi.
2. Perdagangan yang dilarang menurut syariah, antara lain:
 - a. Perdagangan yang tidak disertai dengan penyerahan barang/jasa.
 - b. Perdagangan dengan penawaran/permintaan palsu.
3. Jasa keuangan ribawi seperti Bank berbasis bunga dan perusahaan pembiayaan berbasis bunga.
4. Jual beli resiko yang mengandung unsur ketidak pastian (gharar) dan atau judi (maisir) antara lain asuransi konvensional.
5. Memproduksi, mendistribusikan dan atau memperdagangkan serta menyediakan antara lain:
 - a. Barang atau jasa haram zatnya
 - b. Barang atau jasa haram bukan karena zatnya yang ditetapkan oleh DSN-MUI.
6. Melakukan transaksi yang mengandung unsur suap.¹²

Teori yang paling tepat untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan, dalam hal ini perusahaan Dafta Efek Syariah adalah *Syariah Enterprise Theory (SET)*. Dalam *syariah enterprise theory*, Allah adalah sumber amanah utama. Pemilihan konsep CSR dengan prinsip *Syariah Enterprise Theory* dikarena perusahaan jasa seperti di perusahaan yang masuk

¹² Sri Hermuningsih, 2012, *Pengantar Pasar modl Indonesia*, (Yogyakarta, UPP STIM YKPN), h. 208

dalam daftar efek syariah sangat cocok penggunaan konsep ini. Hal ini sesuai dengan penajbaran Mutia, yang menegaskan perusahaan dibidang Syariah harus memiliki dimensi spiritual yang lebih banyak.¹³ Dimensi spiritual ini tidak hanya menghendaki bisnis yang non riba, namun juga mampu memberikan kesejahteraan bagi masyarakat luas, terutama bagi golongan masyarakat ekonomi lemah.

Sedangkan sumber daya yang dimiliki oleh para *stakeholders* adalah amanah dari Allah yang di dalamnya melekat sebuah tanggung jawab untuk menggunakan dengan cara dan tujuan yang ditetapkan oleh Sang Maha Pemberi Amanah. Pelaporan CSR merupakan praktik yang dibentuk berdasarkan nilai-nilai norma yang berlaku di masyarakat.

Pada perusahaan berbasis Syariah, nilai-nilai norma yang digunakan adalah nilai-nilai agama Islam. Penelitian ini bermaksud untuk menjelaskan bagaimana pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berdasarkan nilai-nilai syariah. Penelitian yang menguji pengaruh CSR sudah banyak dilakukan.

Dalam perspektif islam, mengungkapkan bahwa bank syariah mempunyai komitmen yang rendah dan terbatas terhadap praktek CSR, terutama terhadap isu lingkungan.¹⁴ Hal ini menunjukkan bahwa perlunya komitmen yang tinggi untuk perusahaan yang notabennya syariah untuk

¹³ Meutia, Inten. 2010. *Menata Pengungkapan CSR di Bank Islam (Suatu Pendekatan Kritis)*. (Jakarta: Citra Pustaka Indonesia), h, 2

¹⁴ Farook, Sayd and Lanis, Roman. 2005. Banking on Islam? Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure. *The 6th International Confrence on Islamic Economic and Finance*.

melaksanakan kegiatan CSR dengan maksimal, tidak terkecuali pada perusahaan telekomunikasi.

Dalam ajaran Islam, terdapat konsep CSR salah satunya adalah seruan untuk berbuat dermawan berbuat kedermawanan terhadap kaum lemah, miskin dan marginal sangat kuat dikomandangkan, seperti dalam firman Allah SWT sebagai berikut:

وَمَا لَكُمْ لَا تُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَالْمُسْتَضْعَفِينَ مِنَ الرِّجَالِ وَالنِّسَاءِ
وَالْوِلْدَانِ الَّذِينَ يَقُولُونَ رَبَّنَا أَخْرِجْنَا مِنْ هَذِهِ الْقَرْيَةِ الظَّالِمِ أَهْلُهَا وَاجْعَلْ
لَنَا مِنْ لَدُنْكَ وَلِيًّا وَاجْعَلْ لَنَا مِنْ لَدُنْكَ نَصِيرًا

Artinya: “Mengapa kamu tidak mau berperang di jalan Allah dan (membela) orang-orang yang lemah baik laki-laki, wanita-wanita maupun anak-anak yang semuanya berdoa: "Ya Tuhan kami, keluarkanlah kami dari negeri Ini (Mekah) yang zalim penduduknya dan berilah kami pelindung dari sisi Engkau, dan berilah kami penolong dari sisi Engkau".” (An-Nisa ayat 75)

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis melakukan penulisan dengan judul **Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam Perspektif *Shariah Enterprise Theory* (Studi pada PT XL Axiata Indonesia).**

D. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana pengungkapan Corporate Social Responsibility pada PT XL Axiata Indonesia tahun 2017?
2. Apakah informasi-informasi terkait pelaporan CSR PT XL Axiata Indonesia sesuai dengan konsep pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan *Shariah Enterprise Theory*?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka perlu diketahui tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengungkapan Pelaporan *Corporate Social Responsibility* PT XL Axiata Indonesia tahun 2017.
2. Untuk mengetahui apakah informasi-informasi terkait pelaporan CSR PT XL Axiata Indonesia tahun 2017 sesuai dengan konsep pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan *Shariah Enterprise Theory*.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi ilmiah atau dapat memberikan informasi kepada masyarakat terkait pelaporan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan telekomunikasi

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan dalam menerapkan CSR pada perusahaan-perusahaan telekomunikasi khususnya PT XL Axiata Indonesia.

3. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman dalam penerapan ilmu pengetahuan yang diterima selama ini terkait dengan etika bisnis Islam

G. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah sekumpulan peraturan, kegiatan, dan prosedur yang digunakan oleh pelaku suatu disiplin ilmu. Metodologi penelitian juga merupakan analisis teoritis mengenai suatu cara atau metode.¹⁵ Sehingga dapat dijelaskan bahwa penelitian merupakan suatu cara penyelidikan secara sistematis dan terorganisir untuk meningkatkan suatu masalah yang memerlukan jawaban.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian Studi Pustaka dengan menggunakan Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. penelitian deskriptif adalah suatu metoda penelitian yang menggambarkan semua data atau keadaan subjek/objek penelitian kemudian dianalisis dan dibandingkan berdasarkan kenyataan yang sedang berlangsung pada saat ini dan selanjutnya mencoba untuk memberikan pemecahan masalahnya.¹⁶ Dengan penelitian deskriptif peneliti dapat mengetahui tingkat pengungkapan kinerja sosial perusahaan

¹⁵ Suharsimi Arikunto, 2006, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Bina Aksara), h. 112

¹⁶ Widi, Restu Kartiko. 2010. *Asas Metode Penelitian*. (Yogyakarta: Graha Ilmu.) h, 84

telekomunikasi berdasarkan *Syariah Enterprise Theory* melalui analisis isi laporan tahunan CSR PT XL Axiata Indonesia tahun 2017.

2. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang merupakan data yang disajikan dalam kata-kata yang mengandung makna. Sedangkan sumber data pada penelitian ini adalah data sekunder. Maksud data sekunder di sini yaitu data *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terdapat pada *Annual Report* PT XL Axiata Indonesia tahun 2016.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian pada penelitian ini adalah PT XL Axiata. Adapun Objek penelitian pada penelitian ini adalah program CSR PT XL axita tahun 2017.

4. Teknik Pengumpulan Data

- a. Dokumentasi, dokumentasi merupakan kegiatan merekam aktivitas kegiatan secara prosedural yang dijelaskan dalam bentuk visualisasi atau gambar dengan simbol-simbol dokumentasi sistem yang telah distandarkan atau diseragamkan sebelumnya.
- b. Studi pustaka, sumber utama penelitian ini adalah sumber data sekunder diambil dari *Annual Report* (laporan keuangan tahunan) PT XL Axiata Indonesia yang diterbitkan setiap tahun. Penelitian ini akan difokuskan pada analisis untuk melihat aktifitas CSR PT XL Axiata tahun 2017. Selain itu, untuk memperdalam penelitian maka dipergunakan pula

sumber pendukung lainnya berupa berita dari web site, surat kabar, majalah, dan publikasi yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT XL Axiata Indonesia.

5. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup penelitian ini adalah Pelaporan *Corporate Social Responsibility* PT XL Axiata Indonesia. PT XL Axiata Indonesia dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan perusahaan swasta pertama yang dibidang telekomunikasi di Indonesia. Sedangkan Peneliti mengambil laporan CSR PT XL Axiata Indonesia yaitu Annual Report Tahun 2017.

6. Teknik Analisis Data Penelitian

Cara yang digunakan untuk mengetahui kesesuaian CSR dan *Syariah Enterprise Theory* peneliti menggunakan pendekatan studi kasus. Selanjutnya langkah-langkah pokok yang diterapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Membaca dan menganalisis praktek tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh Perusahaan Telekomunikasi. Tahap ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perusahaan memandang konsep tanggung jawab sosial, mengetahui tema apa saja yang telah diungkap terkait tanggung jawab sosial perusahaan, menemukan nilai-nilai spiritual dan menemukan kepentingan dibalik pengungkapan CSR.

- b. Membuat suatu uraian terperinci mengenai pelaporan CSR perusahaan telekomunikasi. Di sini peneliti mendeskripsikan data dan informasi yang diperoleh dalam proses sebelumnya.
- c. Menurunkan konsep teoritis pengungkapan CSR berdasarkan konsep *Syariah Enterprise Theory*.
- d. Menganalisis kesesuaian pelaporan CSR Perusahaan telekomunikasi dengan teori yang diajukan. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep *Syariah Enterprise Theory*.
- e. Memberikan kesimpulan atas penerapan CSR Pada Perusahaan telekomunikasi berdasarkan *Syariah Enterprise Theory* ada kesesuaian atau tidak.

H. Tinjauan Pustaka

Penelitian terkait penerapan *Corporate Social Responsibility* dengan menggunakan pendekatan *Shariah Enterprise Teory* adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Dori Novarela dan Indah Mulia Sari dengan judul “Pelaporan *Corporate Social Responsibility* Perbankan Syariah Dalam Perspektif *Syariah Enterprise Theory*”. Data yang digunakan adalah data sekunder annual Report tahun 2013 pada 10 Bank Syariah di Indonesia menghasilkan bahwa dari sepuluh BUS yang diteliti yang memiliki tingkat pengungkapan CSR tertinggi adalah BMI.¹⁷

¹⁷ Dori Novarela dan Indah Mulia Sari, “Pelaporan *Corporate Social Responsibility* Perbankan Syariah Dalam Perspektif *Syariah Enterprise Theory*” *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam* Vol. 2, No. 2 (2015). h 145

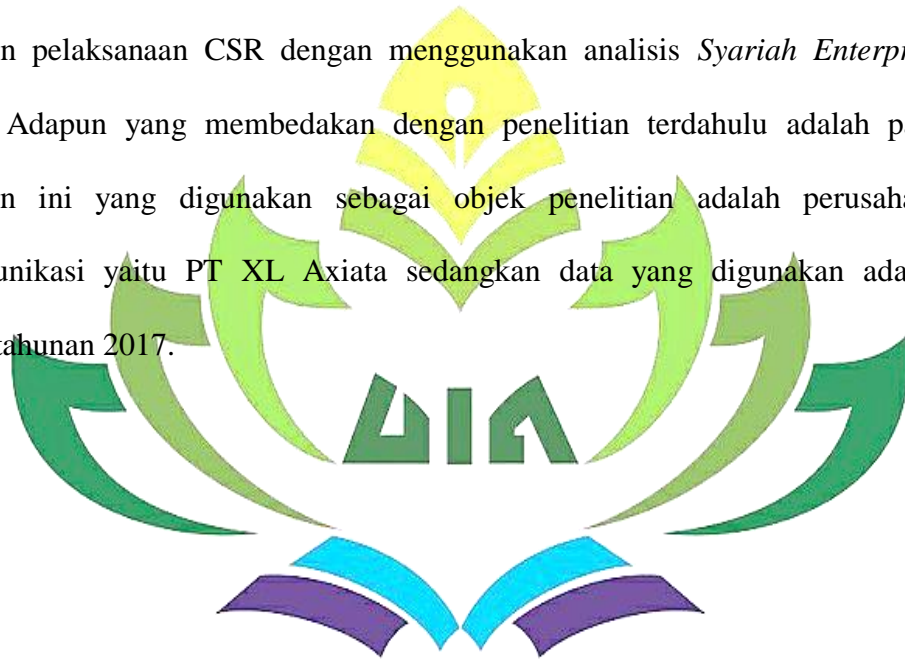
2. Penelitian yang berjudul “Pelaporan *corporate social responsibility* perbankan syariah dalam perspektif *syariah enterprise theory* (studi kasus pada laporan tahunan PT bank syariah mandiri)” oleh Syuhada Mansur. Dengan menggunakan data Sekunder laporan tahunan Bank Syariah Mandiri tahun 2011. Menunjukkan bahwa Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri masih belum sesuai dengan konsep Syariah Enterprise Theory (SET), terutama pada bagian akuntabilitas horizontal terhadap alam.¹⁸
3. Penelitian yang berjudul “Analisis Pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Perbankan Syariah Dalam Perspektif *Shariah Enterprise Theory* (Studi Kasus Pada Laporan Tahunan PT Bank BRI Syariah dan PT Bank Muamalat Indonesia)” oleh Iin Sakinah Rambey. Penelitian ini menggunakan Laporan Tahunan PT Bank BRI Syariah dan Bank Muamalat Indonesia tahun 2014-2015 sebagai objek penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Secara umum, Bank Syariah sudah melaksanakan ke-lima sub item Syariah Enterprise Theory, Skor pengungkapan tertinggi yaitu 70.4% pada Bank Muamalat Indonesia pada tahun 2014 dan 2015 dengan predikat Informatif. Sedangkan Bank BRI Syariah memperoleh skor 68.2% dengan predikat informatif pada tahun 2014, dan 63.6% dengan predikat kurang informatif pada tahun 2015.¹⁹

¹⁸ Syuhada Mansur. Pelaporan corporate social responsibility perbankan syariah dalam perspektif syariah enterprise theory (studi kasus pada laporan tahunan pt bank syariah mandiri). *Economic: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, Vol. 2, No. 2 Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Ulum Banyuwangi. Tahun 2012. h 107

¹⁹ Iin Sakinah Rambey . Analisis Pelaporan Corporate Social Responsibility (CSR) Perbankan Syariah Dalam Perspektif Shariah Enterprise Theory (Studi Kasus Pada Laporan

4. Penelitian yang berjudul “Kajian Iplementasi CSR Perbankan Syariah ditinjau dari Syariah Enterprise Theory Pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan” oleh Syamsiyah dkk. Menghasilkan pelaksanaan CSR oleh BPRS Bhakti Sumekar sebagian sudah sesuai dengan konsep SET. Namun pada bagian implementasi horizontal terhadap alam masih terdapat kekurangan karena masih sedikitnya pengungkapan terhadap lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa kepedulian erhadp lingkungan masih rendah.²⁰

Penelitian di atas menunjukkan bahwa sudah banyak penelitian terkait pelaporan pelaksanaan CSR dengan menggunakan analisis *Syariah Enterprise Theory*. Adapun yang membedakan dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian ini yang digunakan sebagai objek penelitian adalah perusahaan telekomunikasi yaitu PT XL Axiata sedangkan data yang digunakan adalah laporan tahunan 2017.



Tahunan PT Bank BRI Syariah dan PT Bank Muamalat Indonesia) . *Skripsi* Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. 2017. h 2

²⁰ Syamsiyah dkk . Kajian Iplementasi CSR Perbankan Syariah ditinjau dari Syariah Enterprise Theory Pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan Jurnal Infestasi. Vol. 9 No.1 Juni 2013. h 47-60

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian dan Konsep CSR

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR telah mulai dikenal sejak sekitar tahun 1970-an dan pada umumnya CSR diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktek yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi dalam pembangunan berkelanjutan.

Dashrud mengkaji 37 definisi tentang CSR melalui situs pencarian *Google*²¹ dalam penelitiannya berjudul *How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definition*. Ia menyimpulkan bahwa ada lima dimensi yang sering digunakan dalam pendefinisian CSR, yaitu dimensi lingkungan, dimensi sosial, dimensi ekonomi, dimensi *stake holder* dan kebijakan (kedermawanan).

Tanggung Jawab Sosial adalah kewajiban perusahaan untuk perumusan kebijakan, mengambil keputusan, dan melaksanakan tindakan yang memberikan manfaat kepada masyarakat.²²

Yusuf Wibisono mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis,

²¹Muhammad Yasir Yusuf. Aplikasi CSR Pada Bank Syari'ah: Suatu Pendekatan Masalah dan Maqhasid Syariah, *Jurnal EKBISI*, Vol. 4, No. 2, Juni 2010, h.100

²²Amin Wijaya Tunggal, *Corporate Social Responsibility (CSR) Konsep dan Kasus*, (Jakarta: Harvindo, 2007), h 1.

meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Triple Bottom Line) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan.²³

*The World Business Council For Sustainable Development (WBCSD), dalam Alexander Dahlsrud (2006), menjelaskan bahwa pengertian CSR adalah “Continuing commitment by business to behave ethically and contribute economic development while improving the quality of the workforce and their family as well as of the local community and social at large”*²⁴

Penjelasan tersebut menekankan kepada perusahaan untuk selalu bertindak etis, legal, dan berkontribusi untuk meningkatkan ekonomi, dengan meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya sekaligus meningkatkan kualitas taraf hidup komunitas lokal, dan masyarakat.

ISO 26000 yang menitik beratkan pada prinsip CSR mendefinisikan CSR sebagai berikut:

*Responsibility of an organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment through transparent and ethical behaviour that is consistent with sustainable development and welfare of society; takes into account the expectation of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent international norms of behaviour; and is integrated throughout the organization.*²⁵

Lebih jauh, Garriga dan Mele memetakan teori-teori dan konsep-konsep mengenai CSR. Dalam kesimpulan penelitiannya, CSR mempunyai fokus pada

²³Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), h.10.

²⁴Op Cit , h, 7

²⁵ ISO 26000 Guidance on Social Responsibility, draf 3, bagian 3.10. 2007

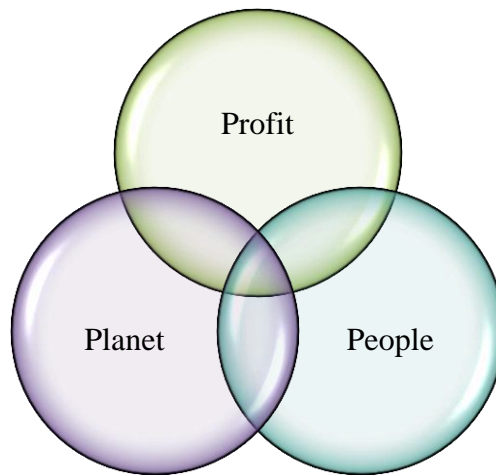
empat aspek utama,²⁶ yaitu: Pertama, mencapai tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang berkelanjutan. Kedua, menggunakan kekuatan bisnis secara bertanggung jawab. Ketiga, mengintegrasikan kebutuhan-kebutuhan sosial. Dan yang terakhir adalah berkontribusi ke dalam masyarakat dengan melakukan hal-hal yang beretika. Dari empat aspek tersebut dapat disimpulkan bahwa teori CSR secara praktis dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok teori yang berdimensi Profit, Politis, Sosial, dan Nilai-nilai Etis.

Pada kegiatan CSR sendiri harus memenuhi tiga unsur penting yang harus diperhatikan, yaitu 3P (*Profit, People* dan *Planet*)²⁷ yang terkenal dengan istilah *Triple Bottom Line CSR* yang dikemukakan oleh Elkington dalam bukunya *Cannibal With Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*. Melalui konsep ini perusahaan yang ingin terus menjalankan usahanya harus memperhatikan 3P. Perusahaan yang menjalankan usahanya tidak dibenarkan hanya mengejar keuntungan saja (*profit*), tetapi juga harus terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*), dan berpartisipasi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*Planet*). Elkington menjelaskan bahwa ketiga unsur yakni *profit, people, dan planet* senantiasa berada dalam kondisi kait-mengkait.²⁸

²⁶ Lihat Elishabet Garriga dan D.Mele, Corporate Social Responsibility Theories: Mapping The Territory, *Journal of Business Ethics* (Volume 53: 2004), hal 66.

²⁷ *Op Cit.* 10

²⁸ Matias Siagian & Agus Suriadi, *CSR Perspektif Pekerjaan Sosial*, (Medan: FISIP USU Press, 2010), hal. 50



Gambar 2

Triple Bottom Line CSR

Dengan menjalankan CSR dianjurkan perusahaan untuk tidak mengejar keuntungan jangka pendek. Diharapkan perusahaan berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar dalam jangka panjang.

Definisi CSR juga diungkapkan oleh Magnan dan Ferrel yang mendefinisikan CSR “ *A Bussiness acts sociality reponsibility manner when is decision on account for and balance diverse stake holder interest*”. Definisi ini menekankan kepada perlunya memberikan perhatian yang beragam dalam setiap keputusan dan tindakan yang diambil oleh para pelaku bisnis melalui perilaku sosial dan bertanggung jawab.²⁹ Selanjutnya, Carrol menjelaskan CSR dalam teori paradidma tanggung jawab sosial perusahaan. Menurutnya CSR perusahaan dapat dilihat berdasarkan empat jenjang yang menjadi satu kesatuan.

²⁹ I Nyoman Sumaryadi. *Perencanaan pembangunan daerah otonom dan pemberdayaan*. hal 12

Corporate Social Responsibility dalam perspektif islam menurut AAOIFI yaitu segala kegiatan yang dilakukan institusi finansial islam untuk memenuhi kepentingan religius, ekonomi, hukum, etika, dan discretionary responsibilities sebagai lembaga finansial intermediari baik bagi individu maupun institusi.³⁰

Berbagai pengertian di atas menunjuk pada suatu kesimpulan yang mengerucut pada sebuah kejelasan CSR, yaitu suatu kegiatan perusahaan yang tidak hanya mencari laba, tetapi perusahaan juga berkewajiban untuk menjaga keharmonisan dengan berbagai stake holder dan lingkungan disekitarnya sehingga dapat memberikan manfaat.

B. Teori-Teori Corporate Social Responsibility

Beberapa alasan perusahaan untuk melakukan atau tidak melakukan CSR. Alasan-alasan tersebut dapat dijelaskan menggunakan *Agency Theory*, *Legitimacy Theory*, dan *Stake Holder Theory*.³¹ Dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Agency Theory

Agency Theory menjelaskan tentang hubungan antara dua belah pihak dimana salah satu pihak menjadi agen dan pihak yang lain bertindak sebagai prinsipal.³² Munculnya keagenan ini menunjukkan bahwa hubungan keagenan timbul ketika salah satu pihak (prinsipal) menyewa

³⁰ Junaidi, Analisis Pengungkapan CSR Perbankan Syariah di Indonesia berdasarkan *Islamic Social reporting Index, Jurnal Akuntansi dan Investasi*, Vol 16 No. 1 ,Januari 2015, (STIE Muhammadiyah Palopo Sulawesi Selatan) h. 76.

³¹ Sembiring, Edi Rismanda. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Telaah Akuntansi*, Volume: 01 No. 01 Juni 2003, hal. 01-21.2003, h. 2

³² *Ibid*

pihak lain (agen) untuk melakukan beberapa jasa untuk kepentingannya yang melibatkan pendelegasian kepada beberapa otoritas pembuat keputusan kepada agen.³³ Yang dimaksud dengan prinsipal adalah pemegang saham atau investor. Sedangkan yang dimaksud agen adalah manajemen yang mengelola perusahaan.

Berdasarkan teori agensi, pemimpin perusahaan memiliki pandangan bahwa mereka tidak memiliki tanggung jawab sosial kepada masyarakat luas. Menurut Friedman tanggung jawab sosial perusahaan hanyalah menjalankan bisnis sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan, yakni memaksimalkan laba.³⁴ Disamping itu, agen harus menjaga hubungan baik dengan pemasok dan pelanggan. Semua hubungan baik tersebut dikembangkan oleh agen dalam rangka mengupayakan terciptanya maksimalisasi laba.³⁵ Dengan demikian perusahaan menggunakan retorika CSR sebagai salah satu strategi memaksimalkan laba.

2. *Legitimacy Theory*

Hadi berpendapat bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah individu, dan kelompok masyarakat.³⁶ Selain itu juga Meutia berpendapat bahwa legitimasi adalah menyamakan persepsi bahwa

³³Michael C. Jensen and William H. Meckling, Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure, *Journal of Financial Economics*, October, 1976, V. 3, No. 4, H, 5. available at www.sfu.ca/~wainwrig/Econ400/jensen-meckling.pdf

³⁴ Kartini, Dwi. *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. (Jakarta:Refika Aditama. 2009), h 10

³⁵ Ibid, h 12

³⁶ Hadi, Nor. *Corporate Social Responsibility (CSR)*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011). h.

tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan norma, nilai kepercayaan, dan definisi yang dikembangkan secara sosial.³⁷ Sehingga untuk mencapai tujuan legitimasi ini perusahaan berusaha mengembangkan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang dihubungkan dengan kegiatannya dan norma-norma dari perilaku yang diterima dalam sistem sosial yang lebih besar dimana organisasi itu berada serta menjadi suatu bagian dari sistem.

Ada beberapa upaya yang perlu dilakukan perusahaan dalam mengelola legitimasi yang efektif. Menurut Dowling dan Pfeffer dalam Hadi yaitu dengan cara sebagai berikut:³⁸ Pertama, Melakukan identifikasi, komunikasi, dan dialog dengan publik. Kedua, Melakukan komunikasi atau dialog tentang berbagai masalah nilai sosial kemasyarakatan dan lingkungan, serta melakukan pembangunan persepsi positif tentang perusahaan. Terakhir, Melakukan strategi legitimasi dan pengungkapan terkait CSR.

Pada konteks ini, CSR dipandang sebagai suatu kebijakan yang disetujui dengan masyarakat. Masyarakat yang dimaksud adalah masyarakat yang telah memberikan izin kepada perusahaan untuk menggunakan sumber daya alam dan manusianya serta izin untuk melakukan fungsi produksinya. Jadi perusahaan pada pelaporan CSR harus mengikuti aturan-aturan yang berlaku di masyarakat. Karena itu, CSR merupakan suatu kewajiban asasi perusahaan yang tidak bersifat sukarela.

³⁷ Meutia, Inten. *Menata Pengungkapan CSR di Bank Islam (Suatu Pendekatan Kritis)*. (Jakarta: Citra Pustaka Indonesia, 2010), h. 78

³⁸ Op cit. h. 91-92.

Namun harus diingat bahwa izin tersebut tidaklah tetap, sehingga kelangsungan hidup dan pertumbuhan dari perusahaan bergantung pada bagaimana perusahaan secara terus menerus (*Sustainable*) beradaptasi terhadap perubahan keinginan dan tuntutan dari masyarakat.

3. *Stakeholders Theory*

Asumsi Teori ini adalah eksistensi perusahaan ditentukan oleh para stakeholders. Dimana perusahaan selalu berusaha mencari pembenaran dari para stakeholders dalam menjalankan operasi perusahaannya. Semakin kuat posisi stakeholders, semakin besar juga kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan para *stakeholders*nya.

Stakeholder Theory adalah sebuah pengelolaan organisasi dan etika.³⁹ Thomas dan Andrew dalam Hadi menjelaskan bahwa *Stakeholder Theory* memiliki beberapa asumsi, yaitu:⁴⁰ Pertama, perusahaan memiliki hubungan banyak kelompok stakeholders yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh keputusan perusahaan. Kedua, Teori ini menekankan pada sifat alami hubungan dalam proses dan keluaran bagi perusahaan dan stakeholdersnya. Ketiga, Kepentingan seluruh legitimasi stakeholder memiliki nilai secara haikiki, dan tidak membentuk kepentingan yang salah-satunya mendominasi. selanjutnya, Teori ini berfokus pada pengambilan keputusan manajerial.

Dapat diambil garis tengah mengenai Stakeholder Theory, yaitu sebuah pengungkapan CSR perusahaan sebagai cara untuk berkomunikasi

³⁹ Robert Phillips, dkk. What Stakeholder Theory Is Not, *Journal Business Ethic Quarterly*, volume 13, issu 44, 2003, h. 480.

⁴⁰ Hadi, Nur, Op Cit h. 94.

dengan Stakeholder. Sehingga tujuan akhir yang didapat adalah perusahaan sukarela untuk menjalankan CSR, karena CSR sebagai bagian peran perusahaan kepada Stakeholder. Dengan pelaksanaan CSR diharapkan keinginan dari stekholder dapat terakomodasi sehingga diharapkan akan menimbulkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan stakeholder. Hubungan yang harmonis otomatis akan menciptakan sebuah *sustainability* atau kelestarian perusahaan.

C. Pelaksanaan dan dasar Hukum *Corporate Social Responsibility* di

Indonesia

Tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak dari keputusan dan kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan melalui perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat memperhatikan harapan pemangku kepentingan, adalah sesuai dengan hukum yang berlaku dan internasional yang konsisten norma-norma perilaku, dan terintegrasi di seluruh organisasi.

Peraturan yang terkait dengan CSR adalah semua peraturan yang terkait dengan perusahaan seperti Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 tahun 1997 tentang Lingkungan Hidup, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, Undang-Undang Republik Indonesia nomor 5 tahun 1999 Tentang praktek Larangan Monopoli Dan Persaingan Usaha tidak sehat dan lain sebagainya. Perundangan-undangan tersebut bersifat mandatory dan harus dilaksanakan.

Sedangkan Peraturan lain, yang menjadikan CSR yang dahulunya bersifat *voluntary* kini menjadi bersifat *mandatory* adalah Undang-Undang Republik Indonesia No.19 tahun 2003 Tentang Badan Usaha Milik Negara, Keputusan Menteri BUMN Nomor Kep -236 /MBU/2003, Surat Edaran Menteri BUMN No. SE.-433/MBU/2003, Undang-Undang RepublikIndonesia Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal.

Selain Undang-Undang di atas, juga terdapat Undang-Undang Republik Indonesia No 40 Tahun 2007, pasal 1 ayat 3 lebih rinci menjelaskan bahwa yang dimaksud CSR adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi korporat, komuniti tempatan maupun pada masyarakat umumnya.⁴¹ Selanjutnya, pada pasal 74 ayat 2 menyebutkan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan dari sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.⁴²

Hal itu juga terdapat pada Peraturan Pemerintah No 47 Tahun 2012 pada pasal 5 ayat 2 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas, menyebutkan bahwa realisasi anggaran untuk pelaksanaan tanggung

⁴¹ Undang-Undang Republik Indonesia No 40 Tahun 2007, pasal 1 ayat 3 tentang Perseroan Terbatas, hal. 19.

⁴² *Ibid.*

jawab sosial dan lingkungan perseroan diperhitungkan sebagai biaya perseroan.⁴³

Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Prseroan Terbatas juga menyebutkan beberapa poin penting,⁴⁴ yaitu:

- a. Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan oleh Direksi berdasarkan rencana kerja tahunan Perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris atau RUPS sesuai dengan anggaran dasar Perseroan, kecuali ditentukan lain dalam peraturan perundang-undangan.
- b. Rencana kerja tahunan Perseroan memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- c. Realisasi anggaran untuk pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilaksanakan oleh Perseroan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan.

Setidaknya ada empat pola pelaksanaan ata model kedermawanan perusahaan di Indonesia menurut saidi⁴⁵. Pertama, keterlibatan secara langsung, Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan

⁴³ Peraturan Pemerintah No 47 Tahun 2012 pada pasal 5 ayat 2 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas, hal. 6

⁴⁴ *Ibid*

⁴⁵ Zaim Saidi, Membangun CSR dan Filantropi yang Aplikatif, *Artikel*. hal, 3-4. Lihat juga di Zaim Saidi dan Hamid Abidin, Menjadi Bangsa Pemurah Wacana dan Praktek kedermawananan Sosial di Indonesia

menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara.

Kedua, melalui Yayasan atau Organisasi Sosial Perusahaan. Perusahaan mendirikan yayasan sendiri dibawah perusahaan atau groupnya. Model ini merupakan adopsi dari model yang lazim diterapkan di perusahaan-perusahaan di negara maju. Biasanya perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan.

Selanjutnya adalah Bermitra dengan Pihak Lain. Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga sosial/organisasi non pemerintah, instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan CSR.

Terakhir, dari pola pelaksanaan CSR pada perusahaan di Indonesia adalah Mendukung atau Bergabung dalam Suatu Konsorsium. Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan dengan tujuan sosial tertentu.

Apabila perusahaan tidak melaksanakan program CSR maka pemerintah dapat memberikan sanksi sesuai dengan ketentuan undang-undang yang berlaku. Sanksi ini didasarkan pada UU No 40 tahun 2007 pasal 74 ayat 3 tentang pelaksanaan CSR.

D. Corporate Social Responsibility dalam Islam

CSR merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam, Allah adalah pemilik mutlak sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara yang berfungsi sebagai penerima amanah. Maka dengan mengemban amanah, individu maupun kelompok harus dapat menjadi khalifah yang dapat berbuat keadilan, bertanggung jawab dan melakukan perbuatan yang bermanfaat.

Seorang pebisnis muslim sejatinya harus mampu menyeimbangkan antara dua kepentingan secara proporsional yaitu kepentingan diri (*corporate*) dan orang lain (*stakeholder*). Antara kepentingan ekonomi dan sosial, sekaligus tuntutan moral yang mengandung nilai kebajikan baik dihadapan manusia maupun Allah.⁴⁶ Implementasi CSR dalam Islam harus memenuhi beberapa unsur yang dapat membedakan CSR dalam perspektif Islam dengan CSR secara umum, yaitu:

Pertama, Konsep Zakat Produk-produk bisnis syariah dirumuskan sebagai kristalisasi dari tujuan ekonomi syariah, yaitu kesejahteraan kemanusiaan (*wellbeing of all humanity*). Investasi dan titipan juga mengelola sumber dana sosial seperti dana ZISWAF (zakat, infaq, sedekah, dan waqf). Dana-dana tersebut disalurkan sesuai dengan prinsip syariah yang secara formal harus memenuhi standar fatwa yang berlaku. Dengan demikian, bisnis syariah secara prinsip keuangan menjalankan fungsinya sebagai lembaga intermediasi dalam menunjang proses pembangunan dengan dimensi pencapaian yang lebih

⁴⁶ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis : Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi* (Jakarta: Penebar Plus, 2012), h. 227.

luas karena berpotensi menjangkau golongan masyarakat yang selama ini dikategorikan sebagai “*unbankable*”. Zakat mencerminkan komitmen sosial dari ekonomi Islam⁴⁷.

Kedua, adalah Konsep Keadilan. Sifat keseimbangan atau keadilan dalam bisnis adalah ketika korporat mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktifitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta. Jadi, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis.⁴⁸ 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*. 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.

Ketiga, Konsep *Mashlahah*. 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

⁴⁷ P3EI, *Op Cit*, h. 416.

⁴⁸ Sampurna, *Op Cit*, h. 37-38.

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*).⁴⁹

Keempat adalah Konsep *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.⁵⁰

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

⁴⁹ P3EI, *Op Cit*, h. 5-6. 27

⁵⁰ *Ibid.*, h. 62.

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.⁵¹

Kelima adalah Konsep *Rahmatan lil'amin*. Islam merupakan agama *rahmatan lil'amin*, artinya Islam merupakan agama yang membawa rahmat dan kesejahteraan bagi semua seluruh alam semesta, termasuk hewan dan tumbuhan. Sebagai muslim kita pun harus mempunyai rasa tanggung jawab untuk menyebarkan rahmat bagi seluruh makhluk. Islam melarang kesewenangan dan menganjurkan untuk saling menjaga dan memelihara antar sesama dan lingkungan hidup.⁵²

Terakhir adalah Konsep *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

⁵¹ *Ibid*

⁵² *Ibid*, h. 65

meliputi aspek mikro ataupun makro, mencakup horizon waktu dunia ataupun akhirat.⁵³

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*).⁵⁴

E. Shariah Enterprise Theory

1. Konsep Shariah Enterprise Theory

Shariah Enterprise Theory sejalan dengan kemajuan sosial dan meningkatnya pertanggungjawaban publik oleh perusahaan. Perusahaan besar harus memperhatikan berbagai kepentingan seluruh *stakeholder*. *Stakeholders* dalam konsep teori ini yang menjadi pusat perhatian adalah keseluruhan pihak atau kontestan yang terlibat atau memiliki kepentingan baik langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan atau entity. Misalnya pemilik, manajemen, masyarakat, pemerintah, kreditur, fiskus,

⁵³ *Ibid*

⁵⁴ *Ibid*

regulator, pegawai, langganan, dan pihak yang berkepentingan lainnya. Dalam teori ini pihak-pihak ini harus diperhatikan dalam penyajian informasi keuangannya.

Enterprise theory lebih bercirikan sebagai teori sosial daripada akuntansi, dimana orientasinya lebih tertuju pada aspek-aspek sosiologis yang berciri kualitatif dari suatu perusahaan. Dalam *Enterprise theory*, perusahaan dipandang sebagai suatu institusi sosial yang beroperasi di dalam interaksi kepentingan banyak kelompok.⁵⁵

Konsep ini sangat tepat diterapkan pada perusahaan-perusahaan besar yang mau tidak mau harus mempertimbangkan dampak sosial dari operasinya dan eksistensinya di tengah masyarakat luas. Sebagai institusi sosial, perusahaan dipandang ikut bertanggung jawab atas berbagai dampak dari segi non-ekonomi yang terkait dengan perusahaan, yang dengan demikian menimbulkan berbagai imperasi kerja yang harus dijalankan untuk memenuhi tanggung jawab tersebut.

Konsep *Enterprise theory* adalah teori yang menganggap bahwa perusahaan berfungsi sebagai institusi sosial yang mempunyai pengaruh ekonomis luas dan kompleks sehingga dalam penyajian informasi keuangan harus juga memperhatikan pihak-pihak di luar perusahaan. Sedangkan pengertian *shariah enterprise theory* sendiri adalah teori *enterprise* yang telah diinternalisasikan dengan nilai-nilai ketuhanan.⁵⁶

⁵⁵ Hendry Y. Setiabudi dan Iwan triyuwono, *Akuntansi ekuitas dalam narasi kapitalisme, sosialisme, dan Islam* (Jakarta: Salemba empat 2002), h. 27

⁵⁶ Inten Meutia, *Menata Pengungkapan CSR Inten Meutia di Bank Islam Suatu Pendekatan Kritis*, 2010, Cintra Pustaka Indonesia, Jakarta h. 49

Dalam *shariah enterprise theory (SET)*, aksioma terpenting yang harus mendasari dalam setiap penetapan konsepnya adalah Allah sebagai pencipta dan pemilik tunggal dari seluruh sumber daya yang ada di dunia ini. Maka yang berlaku dalam *shariah enterprise theory* adalah Allah sebagai sumber amanah utama, karena Dia adalah pemilik yang tunggal dan mutlak. Sedangkan sumber daya yang dimiliki oleh para *stakeholders* pada prinsipnya adalah amanah dari Allah yang didalamnya melekat sebuah tanggung jawab untuk menggunakan dengan cara dan tujuan yang ditetapkan oleh Sang Pemberi Amanah⁵⁷.

Shariah enterprise theory memandang distribusi kekayaan (*wealth*) atau nilai tambah (*value-added*) tidak hanya berlaku pada para partisipan yang terkait langsung dalam, atau partisan yang memberikan kontribusi kepada, operasi perusahaan, seperti: pemegang saham, kreditor, karyawan, dan pemerintah, tetapi pihak lain yang tidak terkait langsung dengan bisnis yang dilakukan, atau pihak yang tidak memberikan kontribusi keuangan dan *skill*. Konsep *shariah enterprise theory* mendorong untuk mewujudkan nilai keadilan terhadap manusia dan lingkungan alam. Ini sesuai dengan posisi manusia sebagai *khatifatullah fil ardh* yang membawa misi menciptakan dan mendistribusikan kesejahteraan bagi seluruh manusia dan alam.

Oleh karena itu, *shariah enterprise theory* akan membawa kemaslahatan bagi *stockholders*, *stakeholders*, masyarakat (yang tidak memberikan kontribusi keuangan atau keterampilan) dan lingkungan alam

⁵⁷ Iwan Triyuwono dalam Slamet, *Enterprise Theory dalam Konstruksi Akuntansi Syari'ah*. (Malang: *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya*, 2001), h. 56

tanpa meninggalkan kewajiban penting menunaikan zakat sebagai manifestasi ibadah kepada Allah.

Dapat dilihat pada prinsipnya *shariah enterprise theory* memberikan bentuk pertanggungjawaban utamanya kepada Allah (vertikal) yang kemudian dijabarkan lagi pada bentuk pertanggungjawaban horizontal pada ummat manusia dan lingkungan alam. Konsep pertanggungjawaban yang ditawarkan oleh teori ini tidak sekedar pengembangan konsep pertanggungjawaban *enterprise theory*, namun lebih dari itu sebagai hasil dari premis yang dipakai oleh *shariah enterprise theory* yang memiliki karakter transendental dan teleologikal. Dalam pandangan *shariah enterprise theory*, *stakeholders* sebagai khalifah Allah diberi amanah untuk mengolah sumber daya dan mendistribusikannya pada seluruh makhluk dimuka bumi ini secara adil.⁵⁸

2. Perbedaan *Agency Theory*, *Legitimacy Theory*, *Stakeholders Theory*, dengan *Syariah Enterprise Theory (SET)*

Syariah enterprise theory merupakan penyempurnaan dari tiga teori motivasi CSR, yaitu *agency theory*, *legitimacy theory*, dan *stakeholder theory*. *Agency theory* yang mana teori ini hanya mengedepankan kepentingan principal (pemegang saham). *Legitimacy theory* merupakan teori yang berdasarkan nilai-nilai sosial atau peraturan yang berlaku di masyarakat. Sedangkan *stakeholder theory* merupakan teori yang mengutamakan kepentingan stakeholders, akan tetapi stakeholders yang dimaksud dalam

⁵⁸ Iwan Triyuwono, *Akuntansi Syariah: Perspektif, Metodologi dan Teori*, h. 350-353

teori tersebut adalah manusia. Berbeda dengan stakeholders yang dimaksud dalam *syariah enterprise theory* yaitu Allah, manusia, dan alam. Berikut ini lebih jelas digambarkan dalam tabel perbedaan keempat teori-teori tersebut:

Tabel 3.

Perbedaan *Agency Theory*, *Legitimacy Theory*, *Stakeholders Theory*, dan *Syariah Enterprise Theory (SET)*

<i>Agency Theory</i>	<i>Legitimacy Theory</i>	<i>Stakeholder Theory</i>	<i>Syariah Enterprise Theory (SET)</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Manajer bertanggung jawab menjalankan perusahaan sesuai keinginan <i>principal</i> (pemilik perusahaan). • Berorientasi memaksimalkan laba perusahaan. • Perusahaan melaporkan CSR hanya untuk menjaga hubungan baik dengan <i>stakeholders</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Perusahaan bertanggung jawab kepada masyarakat. • Menjalankan perusahaan sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku dalam masyarakat. • Pengungkapan CSR bersifat <i>mandatory</i> (wajib) dengan mempertimbangkan hak-hak publik secara umum. 	<ul style="list-style-type: none"> • Perusahaan bertanggung jawab kepada para <i>stakeholders</i> (manusia) • Berorientasi pada kesejahteraan <i>stakeholders</i> perusahaan. • Pengungkapan CSR sebagai alat untuk berkomunikasi dengan <i>stakeholders</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Allah sebagai pusat pertanggungjawaban. • Menjalankan perusahaan sesuai dengan cara & tujuan syariah. • Kepedulian terhadap <i>stakeholders</i> yang luas (Allah SWT, manusia, & alam) • Pengungkapan CSR sebagai wujud pertanggungjawaban terhadap amanah dari Allah SWT.

Akuntabilitas vertikal ini, ditujukan hanya kepada Allah⁵⁹. Beberapa contoh item yang bertujuan menunjukkan akuntabilitas vertikal kepada Allah menurut syariah enterprise theory adalah adanya opini Dewan Pengawas Syariah dan adanya pengungkapan mengenai fatwa dan aspek operasional yang dipatuhi dan tidak dipatuhi beserta alasannya. Sedangkan akuntabilitas horizontal, ditujukan kepada tiga pihak, yaitu direct stakeholders, indirect stakeholders, dan alam. Pihak-pihak yang disebut direct stakeholders menurut

⁵⁹ Samsiah, Dkk. Kajian Implementasi CSR Perbankan Syariah ditinjau dari SET pada PT BPRS Bhakti Sumekar cabang Pamekasan, *Jurnal Infestasi*, Vol 9 No. 1 Juni 2013. H 54

syariah enterprise theory adalah nasabah dan karyawan. Sedangkan pihak yang termasuk indirect stakeholders menurut syariah enterprise theory adalah komunitas Akuntabilitas Horizontal terhadap Indirect Stakeholders merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap tanggung jawab sosial secara khusus pada segmen komunitas⁶⁰.

Hal ini seperti adanya inisiatif untuk meningkatkan akses masyarakat luas atas jasa pelayanan telekomunikasi, adanya kebijakan produk yang mempertimbangkan isu-isu diskriminasi dan ham, kebijakan produk yang mempertimbangkan kepentingan masyarakat banyak, serta kontribusi yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat di bidang agama, pendidikan, dan kesehatan.

Akuntabilitas Horizontal terhadap Alam.⁶¹ Perusahaan harus bertanggung jawab terhadap lingkungan seperti adanya produk yang mempertimbangkan isu-isu lingkungan, usaha-usaha yang dilakukan untuk meningkatkan kesadaran lingkungan pada pegawai, adanya kontribusi langsung terhadap lingkungan, kebijakan internal perusahaan yang mendukung program hemat energy dan konservasi, dan lain sebagainya. Untuk lebih memahami item *Syariah Enterprise Theory* dalam penelitian ini, maka dapat dilihat di tabel berikut:

⁶⁰ *Op Cit, Meutia, h 243*

⁶¹ *Ibid, h 246*

Tabel 4.
Item-item penungkapan *Corporate Social Responsibility*
perspektif *Syariah Enterprise Theory*

Variabel	INDIKATOR	SKOR
Shariah Enterprise Theory,	Akuntabilitas vertikal (Allah SWT)	
	A. Adanya opini DPS	1
	B. Pelaporan mengenai fatwa aspek operasional yang dipatuhi dan tidak dipatuhi	1
	Akuntabilitas horizontal (direct stakeholders) Konsumen	
	A. Adanya pelaporan kualifikasi dan pengalaman anggota dewan pengawas syariah (DPS)	1
	B. Laporan tentang dana zakat dan qardhul hasan	1
	C. Informasi produk dan konsep syariah	1
	D. Jumlah produk	1
	E. Penjelasan tentang kebijakan/usaha untuk transaksi nonsyariah	
	Akuntabilitas horizontal (direct stakeholders) karyawan	
	A. Pelaporan mengenai kebijakan tentang upah dan remunerasi	1
	B. Kebijakan mengenai pelatihan yang meningkatkan kualitas karyawan	1
	C. Ketersediaan layanan kesehatan bagi karyawan	1
D. Fasilitas lain yang diberikan kepada keluarga karyawan seperti beasiswa dan pembiayaan khusus.	1	
Akuntabilitas horizontal (indirect stakeholders) komunitas		
A. Pelaporan tentang inisiatif untuk meningkatkan akses masyarakat luas atas jasa pelayanan telekomunikasi	1	
B. Kebijakan produk yang mempertimbangkan isu-isu diskriminasi dan ham	1	
C. Kebijakan produk yang mempertimbangkan kepentingan masyarakat banyak	1	
D. Kontribusi yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat di	1	

	bidang agama, pendidikan, dan kesehatan	
	Akuntabilitas horizontal kepada alam	
	A. Pelaporan tentang kebijakan produk yang mempertimbangkan isu-isu lingkungan seperti hemat energy, kerusakan hutan, pencemaran air dan udara	1
	B. Menyebutkan jumlah produk yang berpotensi merusak lingkungan	1
	C. Usaha-usaha untuk meningkatkan kesadaran lingkungan pada pegawai.	1
	D. Kontribusi langsung terhadap lingkungan (menanam pohon)	1
	E. Kebijakan internal bank yang mendukung program hemat energy dan konservasi	1
	F. Kontribusi terhadap organisasi yang memberikan manfaat terhadap pelestarian lingkungan.	1
	Total	21

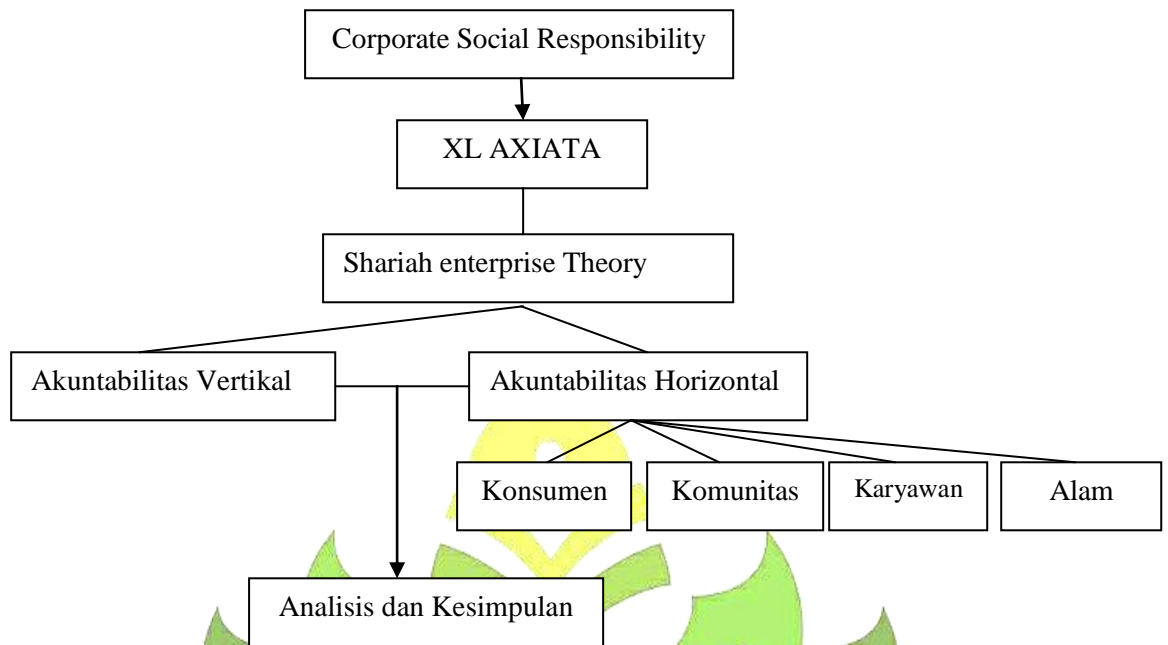
Sumber: Diolah dari Meutia (2010)⁶²

F. Kerangka Pemikiran

Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR (Corporate Social Responsibility) adalah suatu konsep bahwa perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan

dalam segala aspek operasional perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan berlaku. Uraian di atas dapat digambarkan sebagai berikut:

⁶² Dori Novarela dan Indah Mulia Sari, pelaporan corporate social responsibility perbankan syariah dalam perspektif syariah enterprise theory, *jurnal akuntansi dan keuangan islam vol. 2, no. 2 (2015)*. H, 151-152.



Gambar 3, Kerangka Pemikiran

Laporan *Corporate Social Responsibility* atau disebut juga laporan pertanggungjawaban sosial adalah salah satu bentuk laporan pertanggungjawaban organisasi syariah kepada masyarakat dalam menjalankan kegiatan akuntansinya yang diharapkan dapat menjembatani antara organisasi bisnis syariah dengan masyarakat. Dalam pembuatan laporan pertanggungjawaban sosial ini, ada beberapa konsep yang harus diperhatikan agar nantinya laporan pertanggungjawaban yang dihasilkan benar-benar sesuai

dengan tujuan yang diharapkan oleh organisasi bisnis syariah maupun pihak-pihak yang memerlukan laporan tersebut.

Gambar diatas menjelaskan bahwa organisasi bisnis syariah membuat laporan *Corporate Social Responsibility*. Namun, pembuatan laporan Corporate Social Responsibility dalam organisasi bisnis syariah masih ada yang dipengaruhi oleh berbagai teori konvensional. Teori konvensional lebih kepada konsep bebas nilai yang dilandasi dengan pola pikir egoistik dan metrialistik.

Syariah Enterprise Theory merupakan pengembangan dari *Enterprise Theory* dengan memasukkan nilai-nilai Islam di dalamnya sehingga dengan penerapan teori ini organisasi bisnis syariah memiliki prinsip yang bersifat humanis dan transenden agar organisasi bisnis syariah dapat membuat laporan pertanggungjawaban sosial.



BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Sejarah PT XL Axiata

PT XL Axiata Indonesia mulai berdiri pada 6 Oktober 1989 dengan nama PT Grahame Metropolitan Lestari, pada awalnya PT XL Axiata beroperasi sebagai perusahaan perdagangan barang dan jasa umum. Sampai pada tahun 1996, XL memasuki sektor telekomunikasi setelah mendapatkan izin operasi GSM 900 dan secara resmi meluncurkan layanan GSM.⁶³ Dapat dikatakan bahwa PT XL Axiata adalah perusahaan swasta pertama di Indonesia yang menyediakan layanan telepon selular. Kemudian Perseroan mengubah namanya menjadi PT Excelcomindo Pratama, sesuai dengan perjanjian kerjasama antara Grup Rajawali dan tiga investor asing (NYNEX, AIF, dan Mitsui). Setelah sembilan tahun menjadi perusahaan swasta, PT XL Axiata melakukan Penawaran Saham Perdana (IPO) pada September 2005 dan mendaftarkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta, yang sekarang dikenal sebagai Bursa Efek Indonesia (BEI).⁶⁴

Masa itu XL merupakan anak perusahaan *Indocel Holding Sdn. Bhd.*, yang sekarang dikenal sebagai *Axiata Investments (Indonesia) Sdn. Bhd.*, yang seluruh sahamnya dimiliki oleh *TM International Sdn. Bhd. (TMI)*, melalui *TM International (L) Limited*. Pada tahun 2009, TMI berganti nama menjadi *Axiata Group Berhard (Axiata)*. Pada tahun yang sama PT Excelcomindo Pratama Tbk.

⁶³ <https://axiata.com/corporate/>, diakses pada hari kamis, 22 Februari 2018 pukul 9:33

⁶⁴ XL Axiata, Annual Report Tahun 2016, *Lalu Kini dan Esok yang lebih baik.* (Jakarta: XI Axiata, 2016) h. 4

juga berganti nama menjadi PT XL Axiata Tbk. untuk kepentingan sinergi. Saat ini, sebagian besar saham XL dipegang oleh Axiata melalui *Axiata Investments (Indonesia) Sdn. Bhd.* (66,6%) dan *Emirates Telecommunications Corporation* atau Etisalat International Indonesia Ltd. (13,3%), dan sisanya dipegang oleh masyarakat (20,1%).⁶⁵

XL dikenal sebagai pelopor layanan selular 45 kepada anggota masyarakat biasa di Indonesia melalui program tarif hemat “Rp1/detik” pada tahun 2007, yang memungkinkan lebih banyak penduduk berpenghasilan menengah ke bawah menikmati layanan telepon selular. XL telah berkembang dari perusahaan kecil yang menjual layanan dasar telepon menjadi salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di tanah air, dengan infrastruktur jaringan dan layanan yang sangat luas di seluruh tanah air. XL menyediakan layanan untuk pelanggan ritel dan menawarkan solusi bisnis kepada pelanggan perusahaan. Jaringan XL menggunakan teknologi GSM 900/DCS 1800 dan IMT- 2000/3G. XL juga memiliki beberapa lisensi, termasuk *closed regular network (leased line)*, *internet service provider (ISP)*, *Voice over Internet Protocol (VoIP)*, dan *Internet interconnection services (NAP)*.⁶⁶

XL bahkan telah memperoleh lisensi untuk *e-Money* (uang elektronik) dari Bank Indonesia, yang memungkinkan XL menyediakan layanan pengiriman uang. Sebagai salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia, XL senantiasa berusaha meningkatkan layanan menyeluruh (*end-to-end*) dan terus

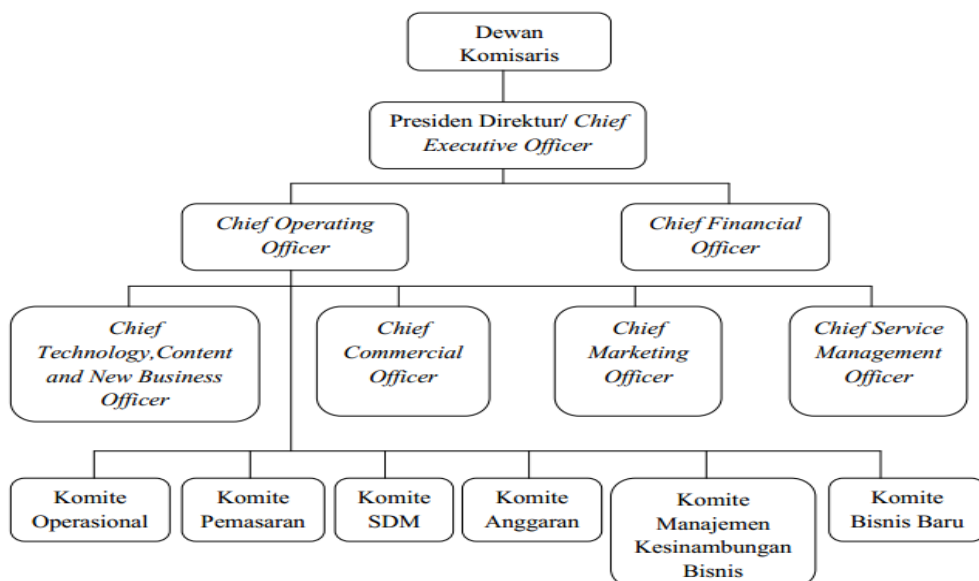
⁶⁵ *Ibid*, h. 8

⁶⁶ *Ibid*

berinovasi untuk memenuhi meningkatnya kebutuhan pelanggan. XL selalu dinamis dalam mengelola dan menjalankan usahanya, bersedia belajar, cepat beradaptasi dengan perubahan di industri atau keadaan pasar sehingga mampu memberikan atau menyediakan layanan berkualitas prima kepada pelanggan⁶⁷.

B. Struktur Kelembagaan di PT XL Axiata Indonesia

Struktur kelembagaan di PT XL Axiata Indonesia adalah sebagai berikut:



Gambar 2

Gambar 2 di atas, dapat diruikan sebagai berikut:

1. Dewan Komisaris

Dewan Komisaris adalah Organ Perseroan memiliki tugas dalam pengawasan umum dan khusus atas manajemen di PT XL Axiata sesuai batasan-batasan yang telah ditentukan dalam AD. Anggota Dewan Komisaris

⁶⁷ Ibid

wajib beritikad baik dan tanggung jawab penuh, untuk melakukan tugas demi kepentingan Perseroan. Dewan Komisaris juga dapat memberikan nasihat kepada Direksi agar manajemen XL mengelola Perusahaan sesuai dengan maksud dan tujuan serta kegiatan usaha XL⁶⁸.

Dewan Komisaris dibentuk sebagai satu Badan (Dewan), oleh karena itu setiap anggota Dewan Komisaris tidak boleh bertindak sendiri-sendiri, melainkan harus berdasarkan keputusan Dewan Komisaris⁶⁹. Dewan Komisaris mempunyai wewenang untuk melakukan pengawasan, pemantauan, serta memberikan panduan dan nasihat kepada Direksi dalam pengelolaan XL. Peranan pengawasan ini bertujuan untuk memastikan agar Direksi mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku dalam menjalankan tugasnya. Dewan Komisaris menjalankan tanggung jawabnya secara efektif melalui pemberian sejumlah arahan dan keputusan yang telah dicapai dalam setiap rapat. Dewan Komisaris XL terdiri dari sembilan anggota, termasuk Presiden Komisaris dan empat Komisaris Independen. Dibawah Dewan Komisaris terdapat komite dibawah Dewan Direksi yakni Komite Audit.

2. Direksi

Direksi bertanggung jawab untuk mengurus kegiatan sehari-hari XL demi kepentingan terbaik XL sesuai dengan maksud dan tujuan XL. Direksi

⁶⁸ *Ibid*, h 244

⁶⁹ *Ibid*

dapat mewakili XL baik di dalam maupun di luar pengadilan⁷⁰. Selain tanggung jawab umum tersebut, Direksi juga mempunyai tugas khusus berdasarkan Undang-Undang mengenai Perseroan Terbatas, Undang-Undang Pasar Modal, Undang-Undang Telekomunikasi, AD XL dan peraturan terkait lainnya. Direksi memiliki tanggung jawab untuk mengelola XL sesuai dengan tujuan dan kepentingan terbaiknya.

Fungsi dan tugas yang terkait dengan tanggung jawab ini dilakukan oleh anggota Direksi sesuai dengan jabatan masing-masing. Namun demikian, pembagian fungsi dan tugas tersebut tidak membatasi kewenangan mereka sebagai direktur yang harus berkolaborasi lintas direktorat, untuk memberikan hasil yang seimbang dalam setiap pengambilan keputusan. Selain kemampuan untuk bertanggung jawab dan bekerja sama lintas direktorat, masing-masing Direktur, dengan dikoordinasikan oleh Presiden Direktur, melakukan fungsi dan tanggung jawab khusus⁷¹.

3. Komite di bawah Direksi

Ada beberapa komite dibawah Direksi adalah sebagai berikut:

a. Komite Operasional

Komite Operasional bertanggung jawab langsung dan fungsional pada Rapat Koordinasi COO dan melakukan koordinasi yang luas dengan Komite Pemasaran dalam hal penentuan harga produk. Membantu Direksi memberikan perhatian yang lebih besar dan dalam mengambil keputusan

⁷⁰ *Ibid*, h 245

⁷¹ *Ibid*

operasional dengan memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai keterkaitan antara pemasaran, distribusi, manajemen pelayanan, jaringan dan teknologi informasi.

b. Komite Pemasaran

Komite Pemasaran secara langsung dan fungsional bertanggung jawab pada Rapat Koordinasi COO dan erat berkoordinasi dengan Komite Operasional dalam penentuan harga produk. Membantu Direksi menciptakan produk dan layanan, misalnya penawaran dan kampanye besar-besaran penawaran dan promosi skala menengah dan kecil, serta kalender Pemasaran

c. Komite Sumber Daya Manusia

Komite Sumber Daya Manusia berada langsung di bawah Direksi dan bertugas menangani hal-hal yang berkaitan dengan Sumber Daya Manusia (SDM). Komite SDM dibentuk untuk mengembangkan dan mengkaji Strategi Perusahaan yang berkaitan dengan pengembangan organisasi, penghargaan dan tunjangan bagi karyawan, kebijakan sumber daya manusia, program pengembangan bakat, strategi terkait tenaga kerja dari pihak ketiga, penempatan karyawan.

d. Komite Anggaran

Komite Anggaran berada di bawah Direksi dan menangani hal-hal yang berkaitan dengan anggaran XL. Komite Anggaran mengendalikan pengeluaran anggaran baik untuk pengeluaran Operasional maupun Belanja Modal. Komite juga bertanggung jawab untuk memberikan

persetujuan dan meminta anggaran tambahan bilamana diperlukan, serta mengidentifikasi berbagai peluang penghematan.

e. Komite Manajemen Kestinambungan Bisnis

Komite ini dibentuk untuk memastikan bahwa risikorisiko yang mengancam kestinambungan bisnis XL dapat diidentifikasi, dikelompokmenurut kategori masing-masing, diukur, dan ditangani dengan tepat waktu. Departemen Manajemen Risiko membantu membentuk Komite ini yang bertanggung jawab langsung ke Direksi. Salah satu tugas utama Komite Manajemen kestinambungan Bisnis adalah merumuskan rencana mitigasi dalam mencegah dan membantu pemulihan yang cepat di masa-masa krisis. Selain itu, Komite ini juga menangani masalah yang berkaitan dengan keselamatan para karyawan dan keluarga mereka, kestinambungan pelayanan XL, dan usahausaha untuk meminimalkan kerugian XL.

f. Komite Bisnis Baru

Komite Bisnis Baru, yang sebelumnya dikenal dengan nama Dewan Inovasi, dibentuk untuk membantu, mendorong, dan mengarahkan inovasi di XL. Anggota Komite berasal dari berbagai unit internal seperti Strategi Perusahaan, MDS, *Enterprise and Carrier*, IT/Jaringan, Pemasaran dan Pelayanan Pelanggan.

C. Gambaran Umum Pelaksanaan CSR PT XL Axiata

Pelaksanaan CSR (*Corporate Social Responsibility*) di PT XL Axiata berkomitmen menyelenggarakan CSR yang terencana dan berkesinambungan agar dapat memperoleh kebaikan untuk *Stake Holder*. Kegiatan CSR yang terencana dan berkelanjutan terlihat dari arsitektur program yang baik dan sudah terintegrasi dengan strategi bisnis. Program CSR PT XL Axiata menggunakan 4P (*Planet, People, Profit, dan Process*) dalam pelaksanaannya. Dan dimunculkan pada program-program berikut:

1. Program Lingkungan

Kegiatan lingkungan hidup PT XL Axiata di tahun 2017 menargetkan untuk menginspirasi generasi muda dan masyarakat untuk ikut melestarikan lingkungan mengurangi konsumsi energi, listrik, dan air untuk optimalisasi operasi. Kemudian ada beberapa program CSR PT XL Axiata terkait lingkungan, antara lain: Base Transceiver Station (BTS), Base Transceiver Station (BTS), Program “Pipet Kite” di Pontianak, Nanny Pot (Jakarta), dan beberapa kebijakan pelestarian lingkungan yang telah dilakukan di lingkungan PT XL Axiata, (pengelolaan air dan limbah, serta *energy saving*)⁷²

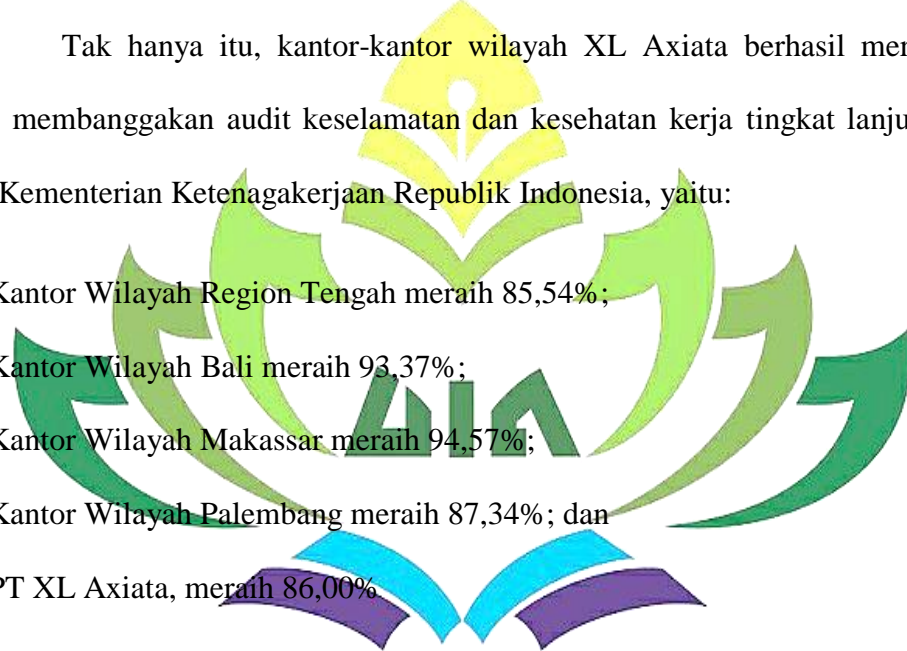
2. Program Ketenagakerjaan, Kesehatan, dan Keselamatan Kerja (K3)

Program terkait Program Ketenagakerjaan, Kesehatan, dan Keselamatan Kerja yang dilaksanakan PT XL Axiata pada tahun 2017

⁷² XL Axiata, *Annual Report Tahun 2016, Fostering the digital Nation*. (Jakarta: XI Axiata, 2017) h. 352-354

menargetkan untuk mengurangi tingkat resiko insiden kecelakaan kerja dan sertifikasi K3 untuk kantor regional XL Axiata. Sepanjang tahun 2017, P2K3 mencatat terdapat total 2,757 (september) karyawan di semua wilayah operasional. Dalam hal kinerja keselamatan, sepanjang tahun, terjadi 1 (satu) insiden yang mengakibatkan 1 (satu) hari kerja hilang namun tanpa fatalitas. Hal ini segera ditanggapi oleh P2K3 dengan mengencarkan kampanye keselamatan. Hasilnya, insiden tidak lagi terjadi; sepanjang triwulan dua dan tiga, XL Axiata mencapai nol kecelakaan kerja, nol tingkat kekerapan kecelakaan, dan nol tingkat keparahan kecelakaan.⁷³

Tak hanya itu, kantor-kantor wilayah XL Axiata berhasil meraih hasil membanggakan audit keselamatan dan kesehatan kerja tingkat lanjutan dari Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia, yaitu:

- 
- a. Kantor Wilayah Region Tengah meraih 85,54%;
 - b. Kantor Wilayah Bali meraih 93,37%;
 - c. Kantor Wilayah Makassar meraih 94,57%;
 - d. Kantor Wilayah Palembang meraih 87,34%; dan
 - e. PT XL Axiata, meraih 86,00%

Selain kegiatan audit, kegiatan lain yang berkaitan dengan K3 sepanjang tahun 2017 meliputi:

- a. Simulasi pemadaman kebakaran menggunakan fire hydrant
- b. Simulasi penggunaan APAR

⁷³ *Ibid*, 356

- c. Simulasi keadaan darurat dan evakuasi
 - d. Sosialisasi kegiatan P2K3 Nasional
 - e. Pelatihan penanggulangan kebakaran
 - f. Induksi K3⁷⁴
3. Program Sosial dan Pengembangan Masyarakat

Program CSR PT XL Axiata pada tahun 2017 terkait dengan pengembangan masyarakat, menargetkan untuk meningkatkan penetrasi layanan Internet disekolah-sekolah SMA/SMK dan sederajat di seluruh Indonesia dan Mendukung gerakan digitalisasi pemerintah untuk sekolah-sekolah di Indonesia.⁷⁵

Adapun bentuk-bentuk programnya adalah sebagai berikut: *XL Future Leaders – Global Thinking* (Lokakarya “*Discover Your Future with Early Preparation*” Berkolaborasi dengan Glints Indonesia, *Aristotell Game Storyline Competition* (AGSC), *Talkshow Internet Sehat*, *Go Pro - Go Ramadhan Produktif* (Ngabuburit Produktif), *Ramadhan Act - Ayo Burgerak*), *elearn.id*, *1000 Sekolah Broadband*, *#MelekInternet*, serta program *XL Axiata Youth Leadership Camp 2017* (XYLC), *Donasi Pendidikan*, *CSR Ramadhan*, *Gerakan Donasi Kuota*, *XL Axiata BERBAGI*, *Bersama Bangun Negeri*, *CSR Komunitas*, *CSR Kebencanaan*,⁷⁶

4. Tanggung Jawab Kepada Konsumen *Responsibility Toward Customers*

XL Axiata berkomitmen senantiasa memberikan pelayanan terbaik kepada 50,5 juta pelanggannya di seluruh Indonesia, termasuk 582.000

⁷⁴ *Ibid*,

⁷⁵ *Ibid*, h 357

⁷⁶ *Ibid*, 358-361

pelanggan pascabayar (per Juni). Untuk itu, sebanyak 1.000 petugas layanan konsumen siap menanggapi kebutuhan pelanggan 24 jam sehari, 7 hari dalam sepekan di saluran telepon 817. Selain itu, pelanggan juga dapat menyampaikan pesan melalui media sosial Twitter di akun @myXL dan Facebook MyXL.⁷⁷

Target Kegiatan Tahun 2017 yang ditetapkan manajemen PT XL Axiata adalah meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dan digitalisasi layanan pelanggan dan pengaduan pelanggan.⁷⁸ Adapun untuk mencapai target tersebut maka PT XL Axiata menerapkan program-program sebagai berikut: Apresiasi Hari Pelanggan, program *cashback*, dan lain sebagainya.



⁷⁷ *Ibid*, 367

⁷⁸ *Ibid*

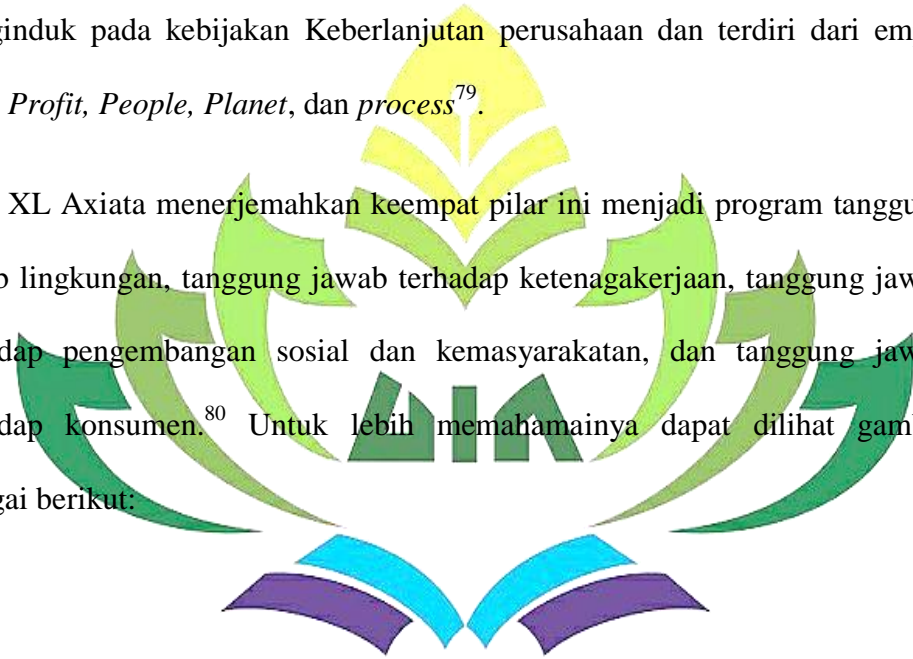
BAB IV

ANALISIS DATA

D. Implementasi Corporate Social Responsibility di PT XL Axiata

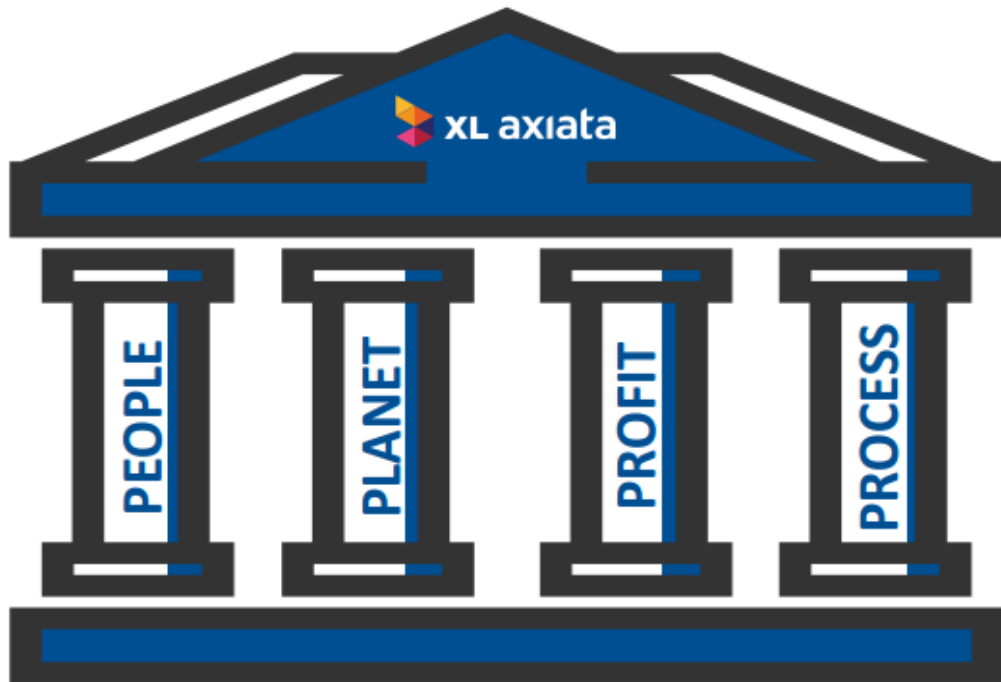
Secara garis besar pelaksanaan CSR PT XL Axiata menggunakan 3P (*People, Planet, and Profit*) yang sudah dimodifikasi dengan 4P (*People, Planet, Profit, and Proses*). Menurut PT XL Axiata kegiatan CSR tidak dipandang sebagai kegiatan yang terpisah dari kegiatan usaha, melainkan sebagai capaian di samping capaian ekonomi. Kegiatan CSR di XL Axiata menginduk pada kebijakan Keberlanjutan perusahaan dan terdiri dari empat pilar: *Profit, People, Planet, dan process*⁷⁹.

XL Axiata menerjemahkan keempat pilar ini menjadi program tanggung jawab lingkungan, tanggung jawab terhadap ketenagakerjaan, tanggung jawab terhadap pengembangan sosial dan kemasyarakatan, dan tanggung jawab terhadap konsumen.⁸⁰ Untuk lebih memahaminya dapat dilihat gambar sebagai berikut:



⁷⁹ XL Axiata, Annual Report Tahun 2016, *Lalu Kini dan Esok yang lebih baik*. (Jakarta: XI Axiata, 2016) h. 328

⁸⁰ *Ibid*



Gambar 2

Pilar Pelaksanaan CSR PT XL Axiata⁸¹

Program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) XL Axiata terus dikembangkan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2017, XL Axiata mempertajam program CSR agar semakin sesuai dengan bisnis utama Perseroan. Sejalan dengan visi XL Axiata untuk menjadi perusahaan terdepan Indonesia, program CSR Perseroan difokuskan pada Respon dan Kesiapan Bencana dan Pendidikan.⁸²

Program seperti XL Future Leaders tetap menjadi program unggulan; hal ini sekaligus merupakan dukungan nyata XL Axiata terhadap komitmen pemerintah mewujudkan layanan pendidikan yang baik untuk seluruh masyarakat Indonesia. Untuk itu, penerima program pun diperluas ke kalangan

⁸¹ *Ibid*, h. 330

⁸² XL Axiata, Annual Report Tahun 2017, *Fostering The Digital Nation*. (Jakarta: XI Axiata, 2017) h. 352

pelajar SMA/SMK dan sederajat, setelah sebelumnya difokuskan pada kalangan pelajar perguruan tinggi. Program CSR XL Axiata juga tak lepas dari pesan utama Perseroan “Building the Digital Nation”. Tak hanya memastikan digitalisasi rangkaian perencanaan dan penyelenggaraan program, XL Axiata juga dengan bangga meluncurkan Gerakan Donasi Kuota, suatu gerakan unik dan yang pertama di dunia. Program ini, beserta program lain persembahkan XL untuk Indonesia dalam rangka membawa bangsa ke era digital.⁸³ Adapun dana yang dikeluarkan untuk kegiatan CSR pada tahun 2017 adalah sebesar Rp 12,3 Miliar.⁸⁴

1. Program Tanggung Jawab Lingkungan Tahun 2017

Pelaksanaan program tanggung jawab lingkungan PT XL Axiata pada tahun 2017 diaplikasikan pada program-program sebagai berikut:

a. BTS Hijau

Base Transceiver Station (BTS) adalah bagian penting infrastruktur layanan Perseroan. Kini, perkembangan teknologi memungkinkan hadirnya BTS ramah lingkungan yang memiliki fitur optimalisasi sistem pendingin yang mampu menghemat konsumsi energi. BTS yang lebih modern juga meningkatkan daya saing Perseroan dengan menghemat total cost ownership. Kegiatan yang telah dilakukan semenjak inisiatif ini diluncurkan adalah:

⁸³ *ibid*

⁸⁴ *Ibid*, h 365

- 1) Penggunaan intelligent ventilation cooling system (IVS) yang meringankan kerja AC dan mengurangi waktu pengoperasian AC hingga 30%.
 - 2) Penggabungan beberapa tipe BTS menjadi satu yang berhasil menekan konsumsi energi hingga 60%. Penggabungan ini, disebut juga BTS Single RAN.
 - 3) Modernisasi jaringan, menghemat penggunaan energy sampai dengan 50%.
 - 4) Penggunaan Hybrid System Charge Discharge (DCC) untuk BTS yang berada di daerah tanpa aliran listrik.
 - 5) Pemanfaatan Refrigerant R410 untuk mendinginkan BTS. Sistem R410 yang mengubah pembuangan panas menjadi dingin membantu mencegah kerusakan lapisan ozon. Tidak hanya digunakan di BTS, R410 juga diterapkan di gedung perkantoran XL Axiata.⁸⁵
- b. Kegiatan peduli lingkungan hasil inisiatif generasi muda yang dibina melalui program XL Future Leaders (XLFL)

- 1) Pipet Kite (Kalimantan Barat).

Program “Pipet Kite” di Pontianak berupaya mengajak masyarakat setempat mengubah kebiasaan menggunakan sedotan plastik dan beralih ke sedotan bambu. Program mengajarkan cara pembuatan hingga pembersihan sedotan berbahan ramah lingkungan ini. Dimulai

⁸⁵ *Ibid*, h. 353-354

pada bulan September, “Pipet Kite” telah menjangkau 200 orang pada tahun 2017 (November).⁸⁶

2) Gayota (Sulawesi Selatan).

Petani garam di Jalaponte memiliki lahan yang luas, namun tidak diimbangi oleh hasil yang maksimal. Melalui XLFL Makassar, XL Axiata membantu mengajarkan proses pembuatan garam sodium, proses mengepak yang higienis, dan membantu dalam hal perizinan dan pemasaran untuk menciptakan nilai tambah produk petani garam.⁸⁷

3) Nanny Pot (Jakarta)

XL Future Leaders Jakarta bekerja sama dengan Robin Herb berinovasi membuat tanaman hidroponik mini “Nanny Pot” menggunakan barang daur ulang sehingga harga produk lebih terjangkau. “Nanny Pot” juga membuat aplikasi yang memudahkan konsumen memantau perkembangan tanamannya dengan mudah.⁸⁸

4) Creative Generation Recycle (Bengkulu)

Di Kendari, bekerja sama dengan Gerakan Kendari Mengajar, XL Axiata melalui XLFL hendak membantu meningkatkan taraf hidup anak-anak kampung pemulung Lembah Harapan. Untuk itu, diadakan pelatihan bercocok tanam hidroponik menggunakan limbah botol daur ulang. Sampaihari ini, sebanyak 160 tanaman telah dibudidayakan.⁸⁹

⁸⁶ *Ibid*,

⁸⁷ *Ibid*,

⁸⁸ *Ibid*,

⁸⁹ *Ibid*, h 355

5) Sasi Beta (Ambon) dan Mider (Lampung)

XL Axiata melalui XLFL Ambon dan Lampung berinisiatif mengadakan pelatihan dan sosialisasi pengelolaan sampah serta promosi pariwisata bagi kaum muda di kedua lokasi. Di Ambon, kegiatan ini difokuskan di objek wisata Morella, dengan nama program “Sasi Beta”. Di Lampung, kegiatan berlangsung di Desa Wisata Kunjir dengan nama “Mider”.⁹⁰

6) Jangan Dibuang (Semarang)

XLFL Semarang menggalang kesadaran mahasiswa Universitas Diponegoro (UNDIP) untuk mengolah potensi ekonomi limbah kertas. Bekerja sama dengan komunitas pengemudi ojek kampus untuk menjemput sampah, sebanyak 100 kg sampah berhasil dikumpulkan dalam periode Oktober dan November 2017.⁹¹

2. Program Tanggung Jawab Terhadap Ketenagakerjaan/Karyawan, Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3)

Menghadirkan lingkungan kerja yang aman dan nyaman adalah komitmen Perseroan untuk semua karyawan tanpa terkecuali. Untuk mewujudkan hal ini secara konsisten dan sistematis, telah dibentuk tim Panitia Pembina Keselamatan Kesehatan Kerja (P2K3). P2K3 rutin memberikan laporan triwulan kinerja keselamatan XL Axiata secara nasional, mencakup enam wilayah operasional Perseroan; Kantor Pusat Jakarta, Region

⁹⁰ *Ibid*,

⁹¹ *Ibid*

Tengah, Region Timur, Region Jabodetabek, Region Utara, dan Region Barat. Target/Rencana Kegiatan Tahun 2017 yang ditetapkan yaitu:⁹²

- a. Mengurangi tingkat resiko insiden kecelakaan kerja
- b. Sertifikasi K3 untuk kantor regional XL Axiata

Sepanjang tahun 2017, P2K3 mencatat terdapat total 2,757 (september) karyawan di semua wilayah operasional. Dalam hal kinerja keselamatan, sepanjang tahun, terjadi 1 (satu) insiden yang mengakibatkan 1 (satu) hari kerja hilang namun tanpa fatalitas. Hal ini segera ditanggapi oleh P2K3 dengan mengencarkan kampanye keselamatan. Hasilnya, insiden tidak lagi terjadi; sepanjang triwulan dua dan tiga, XL Axiata mencapai nol kecelakaan kerja, nol tingkat kekerapan kecelakaan, dan nol tingkat keparahan kecelakaan.⁹³

Tak hanya itu, kantor-kantor wilayah XL Axiata berhasil meraih hasil membanggakan audit keselamatan dan kesehatan kerja tingkat lanjutan dari Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia, yaitu:

- Kantor Wilayah Region Tengah meraih 85,54%;
- Kantor Wilayah Bali meraih 93,37%;
- Kantor Wilayah Makassar meraih 94,57%;
- Kantor Wilayah Palembang meraih 87,34%; dan
- PT XL Axiata, meraih 86,00%

Selain kegiatan audit, kegiatan lain yang berkaitan dengan K3 sepanjang tahun 2017 meliputi:

⁹² *Ibid*, h 356

⁹³ *Ibid*

- Simulasi pemadaman kebakaran menggunakan fire hydrant
- Simulasi penggunaan APAR
- Simulasi keadaan darurat dan evakuasi
- Sosialisasi kegiatan P2K3 Nasional
- Pelatihan penanggulangan kebakaran
- Induksi K3⁹⁴

3. Program Tanggung Jawab terhadap Pengembangan Sosial dan Kemasyarakatan

Di bidang pengembangan sosial dan kemasyarakatan, XL Axiata memiliki perhatian besar pada bidang pendidikan. Pendidikan yang baik adalah bekal bagi seseorang untuk mewujudkan kehidupan yang berkualitas dan memberikan sumbangsih pada masyarakat. Terdapat berbagai program XL Axiata untuk pendidikan, yaitu:

a. XL Future Leaders

XL future Leaders (XLFL) beserta kegiatan turunannya adalah contoh program unggulan XL Axiata yang dilaksanakan secara berkesinambungan dan sistematis. Dengan demikian, tak hanya mengembangkan bakat muda secara menyeluruh, XL Axiata juga memastikan masyarakat luas turut mendapatkan manfaat dalam setiap kegiatan.

Perusahaan telekomunikasi terdepan dan dengan semangat mendorong kehidupan masyarakat ke arah yang lebih baik, semua

⁹⁴ *Ibid*

program dan kegiatan XL Axiata selalu memiliki muatan teknologi, Internet, dan inovasi digital sebagai sarana peningkatan mutu dan pemberdayaan. Secara garis besar, XLfL memiliki program berikut:

1) Global Thinking

Global Thinking mengajarkan tiga mata kuliah pokok, yaitu Komunikasi Efektif, Manajemen Perubahan, serta Jiwa Kewirausahaan. Ketiga hal tersebut merupakan keahlian utama yang dibutuhkan oleh seorang pemimpin untuk mencapai level global.⁹⁵

2) Aktifitas yang di selenggarakan oleh XLFL sepanjang 2017, yaitu

Lokakarya “Discover Your Future with Early Preparation”, Aristotell Game Storyline Competition (AGSC), Talkshow Internet Sehat, Lokakarya XLFL Safe Community – Basic Life Support Series: CPR, Happy Alumni & Social Act ke Pulau Lantokang – Makassar Pada 14-15 April 2017, Go Pro - Go Ramadhan Produktif (Ngabuburit Produktif), Ramadhan Act - Ayo Bergerak.⁹⁶

3) Elearn.ID

eLearn merupakan platform digital yang disiapkan oleh XL Axiata untuk mempermudah anak-anak muda Indonesia mempelajari program XLfL melalui sarana digital. Dengan platform yang telah disesuaikan, mahasiswa dan masyarakat Indonesia secara umum bisa ikut mendapatkan manfaat dari program XLfL tanpa perlu melalui seleksi.

⁹⁵ *Ibid*, h 357

⁹⁶ *Ibid*, h 358

Sejak diluncurkan tahun 2014, eLearn.id kini memiliki 17.000 pengguna aktif. Pada tahun 2017, situs eLearn (elearn.id) mengalami pembaruan sesuai saran pengguna, termasuk pengayaan fitur belajar.⁹⁷

4) 1.000 Sekolah Broadband

Layanan internet dan data digital terbukti mampu menyuguhkan manfaat yang besar untuk meningkatkan produktivitas di berbagai bidang kehidupan. XL Axiata memandang layanan internet cepat harus dapat segera dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia seluas-luasnya, agar dapat ikut membantu meningkatkan kualitas hidup.

Dengan latar belakang di atas, XL Axiata menggagas program “1.000 Sekolah Broadband” di seluruh Indonesia sebagai salah satu kontribusi nyata XL Axiata dalam mewujudkan visi satu miliar konektivitas internet oleh industri telekomunikasi nasional di masa depan. program yang akan diimplementasikan di seluruh Indonesia.

Berlangsung selama satu tahun dari November 2016 hingga November 2017, 1000 Sekolah Broadband telah diterima oleh lebih dari 400 ribu siswa dan ribuan guru di 42 kota/kabupaten yang tersebar di 20 provinsi.⁹⁸

⁹⁷ *Ibid*, h 359

⁹⁸ *Ibid*, h 359- 360

5) Donasi Pendidikan

- a) Pemberian tiga unit komputer dan tiga MiFi untuk tiga sekolah dasar (SD Kartika II-5, SDN 02 Palapa, dan SDN 2 Sumur Batu Bandar Lampung) sebagai bentuk dukungan terhadap dunia pendidikan di Bandar Lampung. Pemberian perangkat dilakukan langsung di sekolah masing-masing pada bulan Mei 2017.
- b) Donasi pendidikan ke yayasan panti asuhan di Karawang pada February 2017, disaksikan oleh Bupati Karawang, dr. Cellica Nurrachadiana sesaat sebelum acara pelepasan peserta jalan sehat Gerakan Xtra dalam rangka sosialisasi jaringan baru XL di Karawang.
- c) Pemberian lima unit komputer, empat unit MiFi dan pulsa selama 6 bulan untuk SMK 1 Purwakarta pada bulan Januari 2017.⁹⁹

6) CSR Ramadhan

- a) Donasi perlengkapan ibadah dan sembako untuk anak-anak kurang mampu di empat panti asuhan: Al Khairiyah, Tasikmalaya; Insan Harapan, Bandung; Yayasan Raudatul Mukfifin, Bandung; dan Panti Asuhan Makassar.
- b) mencetak Alquran Braille untuk 50 hafiz penyandang disabilitas netra di beberapa kota Indonesia hasil kerja sama XL Axiata dan Yayasan Raudlatul Makfufin. Diluncurkan di Jakarta pada Juni 2017, kegiatan ini hendak membantu para hafiz memperdalam

⁹⁹ *Ibid*, h 362

pengetahuan keagamaan dan memudahkan mereka dalam berdakwah.¹⁰⁰

7) Gerakan Donasi Kuota

Pada 29 Agustus 2017 XL Axiata menginisiasi program Donasi Kuota. Program ini melibatkan partisipasi pelanggan dan masyarakat umum untuk mendonasikan kuota paket data Xtra Combo melalui UMB*123*888#. Peluncuran program ini berlangsung di Grha XL Jakarta dan dilakukan bersama Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI, Menteri Komunikasi dan Informatika RI, dan SMAN 1 Sabang.

Melalui Donasi Kuota, diharapkan akan semakin banyak sekolah yang dapat mengakses layanan internet. Secara konkret, program menargetkan menjangkau 5.000 SMA dan SMK yang berada di area layanan data 3G dan 4G LTE XL Axiata. Tidak berhenti sampai di situ, XL Axiata pun akan bekerja sama dengan Dinas Pendidikan provinsi untuk memastikan internet digunakan secara efektif oleh para penerima manfaat. Sejauh ini, telah terkumpul donasi setara 165,1 TB dan disalurkan ke 175 sekolah di Sulawesi Utara.¹⁰¹

8) XL Axiata Berbagi, Bersama Bangun Negeri

Program “BERBAGI” XL Axiata adalah wadah bagi karyawan untuk berpartisipasi dalam program pengembangan kemasyarakatan

¹⁰⁰ *Ibid*, h 362

¹⁰¹ *Ibid*, h 362-363

melalui kegiatan berikut: Karyawan Mengajar, Ramadhan Berbagi, dan *Digital Volunteering Reading for the Blind and Visually Impaired*.¹⁰²

9) CSR komunitas

Ada beberapa program komunitas pada kegiatan CSR tahun 2017, yaitu CSR Nelayan, XL Home untuk kebutuhan Internet Rumah Harapan, SMS Broadcast Hari Air Sedunia, Pengadaan Jamban Desa Tertinggal di Kota Palembang, Aplikasi Sistem Informasi Sekolah Terpadu Bermitra dengan SMAN 1 Depok, serta memberikan akses internet gratis dan perangkat mobile broadband. Penandatanganan kesepakatan kerja sama dilakukan pada bulan Februari 2017 di Depok.¹⁰³

10) CSR Kebencanaan

XL Axiata berkomitmen untuk selalu membantu dalam upaya tanggap bencana sepanjang tahun 2017, dan terlibat dalam upaya penanganan bencana di lokasi berikut: Pidie Jaya, Aceh (dampak gempa pada Maret 2017), Kabupaten Limapuluh Kota, Sumatera Barat (membantu korban banjir di Kabupaten Limapuluh Kota), Pangandaran, Jawa Barat (pemulihan korban longsor di Pangandaran), Ponorogo, Jawa Timur (warga Desa Banaran, Ponorogo, yang terlanda bencana longsor), Bali (Mengantisipasi letusan gunung berapi Gunung Agung).¹⁰⁴

¹⁰² *Ibid*,

¹⁰³ *Ibid*, h 364

¹⁰⁴ *Ibid*, h 365

4. Program Tanggung Jawab terhadap Konsumen

Pada program ini PT XL Axiata menamainya dengan program *Social and community Development*. Adapun program-programnya adalah sebagai berikut:

- a. XL Axiata berkomitmen senantiasa memberikan pelayanan terbaik kepada 50,5 juta pelanggannya di seluruh Indonesia, termasuk 582.000 pelanggan pascabayar (per Juni). Untuk itu, sebanyak 1.000 petugas layanan konsumen siap menanggapi kebutuhan pelanggan 24 jam sehari, 7 hari dalam sepekan di saluran telepon 817. Selain itu, pelanggan juga dapat menyampaikan pesan melalui media sosial Twitter di akun @myXL dan Facebook MyXL.
- b. Dalam hal akses pada produk, XL Axiata terus memperkuat jalur distribusinya. Saat ini, Perseroan memiliki 190.000 gerai ritel di lima wilayah operasional Sumatra, Jawa, Bali-Lombok, Kalimantan, dan Sulawesi dan didukung oleh 86 XL Center di 72 kota.
- c. Apresiasi Hari Pelanggan. Memperingati Hari Pelanggan tahun 2017, XL Axiata mengadakan serangkaian kegiatan apresiasi untuk pelanggan setia XL dan AXIS serta XL PRIORITAS. Di lima XL Center: Bandung, Jakarta, Medan, Makassar, dan Surabaya, manajemen XL termasuk President Direktur Dian Siswarini melayani dan bertemu langsung dengan para pelanggan. XL Axiata juga menyelenggarakan program cashback senilai Rp50 ribu untuk setiap pembelian paket Xtra Combo melalui aplikasi MyXL dan hadiah tunai Rp100 ribu untuk pelanggan dengan cerita unik yang

disampaikan melalui MyXL Forum. Ada pula program kuis Xtravaganza & FantAXIS yang diikuti oleh tidak kurang dari 12,7 juta pelanggan pada periode pertama yaitu 7 Mei hingga 4 Agustus 2017.¹⁰⁵

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Meilanny Budiarti S. dan Santoso Tri Raharjo berjudul “Corporate Social Responsibility dari Sudut Pandang Perusahaan”, dalam jurnal tersebut menyatakan bahwa seluruh perusahaan dituntut untuk melaksanakan kegiatan CSR tidak lagi semata-mata bekerja untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya bagi pemilik modal atau pemegang saham, melainkan juga memberikan manfaat pada masyarakat pada umumnya dan pada komunitas sekitar pada khususnya. Berbagai dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan yang timbul akibat berdirinya suatu kawasan industri, mengharuskan perusahaan untuk bertanggung jawab kepada publik melalui aktivitas yang nyata.¹⁰⁶

E. Implementasi CSR PT XL Axiata Menurut *Shariah Enterprise Theory*

Dalam menganalisis implementasi CSR PT XL Axiata menurut *Shariah Enterprise Theory*, peneliti mengadopsi penelitian yang digunakan oleh Muetia. Item pengungkapan SET diadopsi dari penelitian Muetia yang dikembangkan dari dua dimensi akuntabilitas yaitu, akuntabilitas vertical yang ditujukan hanya kepada Allah swt, dan akuntabilitas horizontal yang ditujukan kepada tiga pihak,

¹⁰⁵ *Ibid*, h 368

¹⁰⁶ M Budiarti, ST Raharjo. Corporate Social Responsibility (Csr) Dari Sudut Pandang Perusahaan. *Social Work Journal*, 2014 - jurnal.unpad.ac.id. h 13-29

yaitu direct stakeholders (karyawan dan nasabah), indirect stakeholders (komunitas), dan alam¹⁰⁷.

Terdapat indikator dalam penentuan skor pelaksanaan SET. Setelah mengetahui indikator-indikator SET, kemudian akan dilakukan proses untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengungkapan SET pada setiap tema SET atau secara kumulatif digunakan rumus sebagai berikut:

$$SET = \frac{\text{Jumlah Poin yang diungkapkan}}{\text{Jumlah Skor Maksimal}} \cdot 100\%$$

1. Skor indeks SET PT XL Axiata tahun 2017 berdasarkan dimensi dan sub item Pengungkapan dari CSR PT XL Axiata pada tahun 2017 jika dilihat dari *Shariah Enterprise Theory* adalah sebagai Berikut:

Tabel 5. Implementasi CSR PT XL Axiata Tahun 2017 dilihat dengan Indikator *Shariah Enterprise Theory*

NO	INDIKATOR SHARIAH ENTERPRISE THEORY	Skor	Ada/tidak ada	AR/halaman
1.	Akuntabilitas vertikal (Allah SWT)			
	C. Adanya opini DPS	0	Tidak ada	
	D. Pelaporan mengenai fatwa aspek operasional yang dipatuhi dan tidak dipatuhi	0	Tidak ada	
2.	Akuntabilitas horizontal (direct stakeholders) Konsumen			
	F. Adanya pelaporan kualifikasi dan pengalaman anggota dewan pengawas syariah	0	Tidak ada	
	G. Laporan tentang dana zakat dan qardhul hasan	0	Tidak ada	
	H. Informasi produk dan konsep syariah	0	Tidak ada	
	I. Jumlah Produk Jasa Telekomunikasi	1	Ada	64/65
	J. Penjelasan tentang kebijakan/usaha untuk transaksi nonsyariah			

¹⁰⁷ Dori Novarela dan Indah Mulia Sari, Pelaporan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah Dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam Vol. 2, No. 2 (2015)*, h. 151

		0	Tidak ada	
3.	Akuntabilitas horizontal (<i>direct stakeholders</i>) karyawan			
	E. Pelaporan mengenai kebijakan tentang upah dan remunerasi	1	Ada	110
	F. Kebijakan mengenai pelatihan yang meningkatkan kualitas karyawan	1	Ada	103
	G. Ketersediaan layanan kesehatan bagi karyawan	1	Ada	138
	H. Fasilitas lain yang diberikan kepada keluarga karyawan seperti beasiswa dan pembiayaan khusus.	1	Ada	110
4.	Akuntabilitas horizontal (<i>indirect stakeholders</i>) komunitas			
	A. Pelaporan tentang inisiatif untuk meningkatkan akses masyarakat luas atas jasa pelayanan telekomunikasi	1	Ada	122
	B. Kebijakan produk yang mempertimbangkan isu-isu diskriminasi dan ham	1	Ada	135
	C. Kebijakan produk yang mempertimbangkan kepentingan masyarakat banyak	1	Ada	130
	D. Kontribusi yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat di bidang agama, pendidikan, dan kesehatan	1	Ada	125
5.	Akuntabilitas horizontal kepada alam			
	A. Pelaporan tentang kebijakan produk yang mempertimbangkan isu-isu lingkungan seperti hemat energy, kerusakan hutan, pencemaran air dan udara	1	Ada	150-151
	B. Menyebutkan jumlah produk yang berpotensi merusak lingkungan	0	Tidak ada	
	C. Usaha-usaha untuk meningkatkan kesadaran lingkungan pada pegawai.	1	Ada	151
	D. Kontribusi langsung terhadap lingkungan (menanam pohon)	1	Ada	
	E. Kebijakan internal bank yang mendukung program hemat energy dan konservasi	1	Ada	35
	F. Kontribusi terhadap organisasi yang memberikan manfaat terhadap pelestarian lingkungan.	1	Ada	28-29
	Total	14		

Sumber: Data diolah dari *Annual Report* dan SRPT XL Axiata Tahun 2017

Setelah diketahui nilai SET pada tiap-tiap item, akan ditentukan predikat tingkat pengungkapan kinerja sosial masing-masing BUS. Dalam penilaian tingkat pengungkapan kinerja sosial BUS, penulis menggunakan pendekatan yang digunakan oleh Munawaroh dan Gustani, di mana skor pengungkapan diklasifikasikan dalam empat kategori: Sangat Informatif (81-100), cukup Informatif (66-<81), Kurang informatif (51-<66) dan tidak informatif (0-<51)¹⁰⁸. Dari skor pengungkapan tersebut maka dapat ditentukan nilai skor pengungkapan CSR PT XL Axiata tahun 2016 adalah sebagai berikut:

$$\text{SET} = \frac{14}{21} \times 100\% = 66,7\%$$

hasil tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan CSR PT XL Axiata tahun 2017 jika dilihat dari klasifikasi skor pengungkapan maka hasilnya adalah 66,7% atau cukup informatif.

2. Akuntabilitas Vertikal (Allah)

Pengungkapan Penilaian akuntabilitas kepada Allah dilihat dari 2 item penilaian, yaitu opini Dewan Pengawas Syariah dan terhadap pelaporan mengenai kepatuhan terhadap fatwa dalam aspek operasional perusahaan. Berdasarkan hasil dari penghitungan skor indeks pada dimensi akuntabilitas vertikal (Allah), PT XL Axiata memiliki skor 0% (tidak informatif). Hal ini menunjukkan bahwa PT XL Axita belum mengaplikasikan prinsip kepatuhan

¹⁰⁸ *Ibid*, h. 152

terhadap fatwa syariah secara sistematis baik dalam produk maupun aspek operasional.

3. Akuntabilitas Horizontal (direct stakeholders) Konsumen

Item Akuntabilitas Horizontal terhadap konsumen memiliki memiliki 5 (lima) sub item yaitu pelaporan tentang kualifikasi dan pengalaman anggota Dewan Pengawas Syariah (DPS), laporan tentang dana zakat dan qardhul hasan, informasi produk dan konsep syariah, jumlah pembiayaan, dan penjelasan tentang kebijakan/usaha untuk transaksi non-syariah. Dari pelaporan CSR PT XL Axiata tahun 2017 hanya 1 (satu) sub item atau 20% (tidak informatif). Adapun sub item yang ditampilkan yaitu jumlah produk. Hal ini menunjukkan bahwa jika dilihat dari sisi konsep Shariah Enterprise Theory, konsep yang dibangun oleh PT XL Axiata masih jauh dari sistem yang terkonsep bisnis yang berlandaskan syariah.

4. Akuntabilitas Horizontal (direct stakeholders) Karyawan

Penilaian item horizontal terhadap karyawan ini menggunakan 4 (empat) subitem, yaitu pelaporan mengenai kebijakan tentang upah dan remunerasi, kebijakan mengenai pelatihan yang meningkatkan kualitas karyawan, ketersediaan layanan kesehatan bagi karyawan, serta fasilitas lain yang diberikan kepada keluarga karyawan seperti beasiswa dan pembiayaan khusus. Ditinjau PT XL Axiata sangat informatif dengan nilai 100%.

Hal ini menunjukkan bahwa PT XL Axita memiliki perhatian yang optimal terhadap penerapan sistem remunerasi yang disesuaikan dengan factor-faktor kenaikan biaya hidup. Termasuk dalamnya PT XL Axiata

memperhatikan peningkatan layanan kesehatan bagi karyawan, anggaran Ketenagakerjaan, Kesehatan, dan Keselamatan Kerja untuk para karyawan. PT XL Axiata juga memperhatikan upaya meningkatkan produktivitas karyawan dengan cara mengadakan berbagai program pelatihan dan pendidikan.

5. Akuntabilitas Horizontal (direct stakeholders) Komunitas

Penilaian pada item ini pelaporan CSR PT XL Axita memiliki nilai 100% artinya sangat informatif. Item ini memiliki 4 (empat) sub-item, berupa pengungkapan tentang inisiatif untuk meningkatkan akses masyarakat luas atas jasa telekomunikasi, kebijakan produk jasa yang mempertimbangkan isu-diskriminasi dan HAM, kebijakan produk jasa yang mempertimbangkan kepentingan masyarakat banyak dan kontribusi yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat di bidang agama, pendidikan, dan kesehatan.

Hal ini menunjukkan bahwa tingginya inisiatif PT XL Axiata dalam upaya meningkatkan akses masyarakat atas jasa telekomunikasi secara lebih luas dan menyediakan media pelaporan keuangan dan non keuangan perusahaan. Baik melalui pengembangan website PT XL Axiata untuk kepentingan pengguna eksternal maupun ditujukan bagi kepentingan internal Perusahaan.

6. Akuntabilitas Horizontal (direct stakeholders) Alam

Hasil penilaian akuntabilitas kepada alam menunjukkan bahwa PT XL Axiata memiliki nilai 83 % (sangat informative). Dengan demikian upaya

PT XL Axiata untuk berkontribusi terhadap kelestarian lingkungan melalui kebijakan organisasi yang memberikan manfaat terhadap pelestarian lingkungan sudah optimal, walaupun PT XL Axiata tidak melaporkan jumlah produk yang berpotensi merusak lingkungan.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syuhada Mansur “Pelaporan *corporate social responsibility* perbankan syariah dalam perspektif *shariah enterprise theory* (studi kasus pada laporan tahunan PT bank syariah mandiri)” yang Menunjukkan bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri masih belum sesuai dengan konsep Syariah Enterprise Theory (SET), terutama pada bagian akuntabilitas horizontal terhadap alam.¹⁰⁹ Sedangkan pada penelitian ini yang belum sesuai pada aspek kesyariahan dalam bisnis.



¹⁰⁹ Op Cit. Syuhada Mansur

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

F. Kesimpulan

Setelah melakukan pembahasan dan analisis terhadap data-data yang diperoleh dalam penelitian ini, maka penulis memberikan beberapa kesimpulan dan saran untuk menjawab rumusan masalah. Ada beberapa kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengungkapan Corporate Social Responsibility PT XL Axiata tahun 2017 berpedoman dengan penerapan 4P dengan 4P (*People, Planet, Profit, and Prosess*). Sehingga pelaksanaan CSR PT XL Axita tahun 2017 sudah baik. Selain itu PT XL Axiata juga memiliki program penunjang seperti, program tanggung jawab lingkungan dan tanggung jawab terhadap ketenagakerjaan, kesehatan dan keselamatan kerja (K3) yang di aplikasikan pada program-program BTS Hijau, Kegiatan peduli lingkungan hasil inisiatif generasi muda yang dibina melalui program XL Future Leaders (XLFL), Pipet kit Kalimantan Barat, gayota Sulawesi Selatan, nanny pot Jakarta, creative generation recycle Bengkulu, sasi beta Ambon, mider Lampung dan jangan dibuang Semarang.

Selain itu juga terdapat program-program lain seperti program tanggung jawab terhadap ketenagakerjaan, kesehatan dan keselamatan kerja (K3), program tanggung jawab terhadap pengembanaan sosial dan kemasayrakan, 1000 Sekolah Broadband, donasi pendidikan dan XL Axiata berbagi bersama bangun negeri.

2. Informasi-informasi terkait pelaporan Corporate Social Responsibility PT XL Axiata tahun 2017 dilihat melalui konsep *Shariah Enterprise Theory* (SET) maka memiliki skor 66,7% (cukup informatif). Meskipun pada pelaporan item akuntabilitas Vertikal dan akuntabilitas horizontal terhadap konsumen, memiliki beberapa skor 0% (tidak informatif). Hal ini menunjukkan bahwa PT XL Axita masih harus memperbaiki beberapa unsur syariah agar bisa memperoleh skor yang lebih tinggi.

G. Saran-Saran

Setelah melakukan pembahasan dan pengambilan kesimpulan, guna melengkapi hasil penelitian, maka penulis perlu untuk memberikan saran untuk menjadi acuan evaluasi oleh semua pihak sebagai berikut:

1. Meskipun pelaksanaan CSR di PT XL Axiata tahun 2017 sudah cukup baik, diharapkan untuk peneliti selanjutnya agar dapat menyempurnakan aspek-aspek kesyariahan agar lebih informatif dengan menyempurnakan poin-poin berikut:
 - a) Menambahkan opini DPS
 - b) Pelaporan mengenai fatwa aspek operasional yang dipatuhi dan tidak dipatuhi
 - c) Adanya pelaporan kualifikasi dan pengalaman anggota dewan pengawas syariah
 - d) Laporan dana zakat dan qardhul hasan
 - e) Informasi peroduk dan konsep syariah
 - f) Penjelasan tentang kebijakan/usaha untuk transaksi nonsyariah

g) Menyebutkan jumlah produk yang berpotensi merusak lingkungan

2. Dan diharapkan kepada PT XL Axiata Indonesia dalam pelaksanaan CSR tahun berikutnya untuk dapat memperhatikan aspek akuntabilitas Vertikal dan Akuntabilitas horizontal agar dapat tercapai kegiatan bisnis yang berdasarkan prinsip syariah seperti: .

a) Adanya opini DPS yang belum dipenuhi

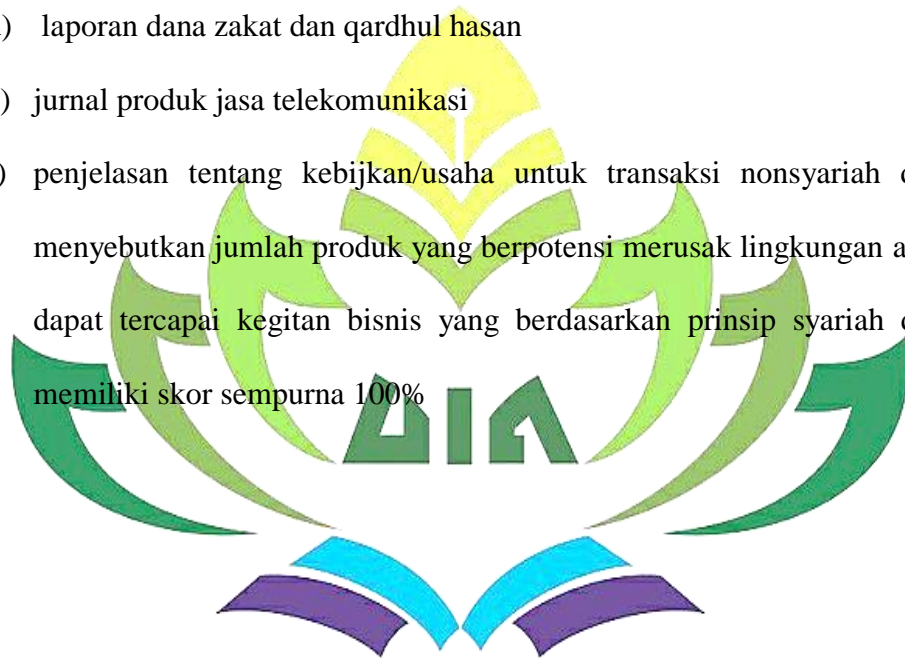
b) pelaporan mengenai fatwa aspek operasional yang di patuhi dan tidak dipatuhi

c) pada pelaporan kualifikasi dan pengalaman anggota DPS

d) laporan dana zakat dan qardhul hasan

e) jurnal produk jasa telekomunikasi

f) penjelasan tentang kebijakan/usaha untuk transaksi nonsyariah dan menyebutkan jumlah produk yang berpotensi merusak lingkungan agar dapat tercapai kegiatan bisnis yang berdasarkan prinsip syariah dan memiliki skor sempurna 100%



DAFTAR PUSTAKA

- Asraf Wadji Dusuki dan Humayon. "Stakeholder's Perceptions Of Corporate Social Responsibility Of Islamic Banks: Evidence From Malaysian Economy", *The 6th International Conference on Islamic Economic and Finance*, Vol.1, (2005)
- Amin Wijaya Tunggal, *Corporate Social Responsibility (CSR) Konsep dan Kasus*, Jakarta: Harvindo, 2007
- Annual Report Tahun 2017, *Fostering The Digital Nation*. Jakarta: XI Axiata, 2017
- Dori Novarela dan Indah Mulia Sari, Pelaporan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah Dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam Vol. 2, No. 2* (2015)
- Elishabet Garriga dan D.Mele, Corporate Social Responsibility Theories: Mapping The Territory, *Journal of Business Ethics* (Volume 53: 2004)
- Farook, Sayd and Lanis, Roman. 2005. Banking on Islam? Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure. *The 6th International Conference on Islamic Economic and Finance*
- Hadi, Nor. *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011
- Hendry Y. Setiabudi dan Iwan triuwono, *Akuntansi ekuitas dalam narasi kapitalisme, sosialisme, dan Islam*. Jakarta: Salemba empat 2002
- <https://axiata.com/corporate/>, diakses (22 Februari 2018)
- Isa Wahyudi & Busyra Azheri. *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*, Malang: In-Trans Publishing, 2008
- Junaidi, Analisis Pengungkapan CSR Perbankan Syariah di Indonesia berdasarkan *Islamic Social reporting Index*, *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, Vol 16 No. 1 ,Januari 2015, STIE Muhammadiyah Palopo Sulawesi Selatan
- Kartini, Dwi. *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Jakarta:Refika Aditama. 2009

Muhammad Yasir Yusuf, "Model Pelaksanaan CSR Bank Syariah: Kajian Empiris Pembiayaan Mikro Baitul Mal Aceh", *Jurnal La-riba* Volume IV. No. 2 (Desember 2010)

Meutia, Inten. 2010. *Menata Pengungkapan CSR di Bank Islam (Suatu Pendekatan Kritis)*. Jakarta: Citra Pustaka Indonesia

Muhammad Yasir Yusuf. Aplikasi CSR Pada Bank Syari'ah: Suatu Pendekatan Masalah dan Maqhasid Syariah, *Jurnal EKBISI*, Vol. 4, No. 2, Juni 2010
Matias Siagian & Agus Suriadi, *CSR Perspektif Pekerjaan Sosial*, Medan: FISIP USU Press, 2010)

Michael C. Jensen and William H. Meckling, Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure, *Journal of Financial Economics*, October, 1976, V. 3, No. 4. available at www.sfu.ca/~wainwrig/Econ400/jensen-meckling.pdf

Meutia, Inten. *Menata Pengungkapan CSR di Bank Islam (Suatu Pendekatan Kritis)*. (Jakarta: Citra Pustaka Indonesia, 2010)

Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis : Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus, 2012

Pregnandia Ladina, Topo Wijono, dkk, Analisis Pelaporan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Induk Dan *Subsidiary* Tahun 2014 Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 41 No.1 Desember 2016

Robert Phillips, dkk. What Stakeholder Theory Is Not, *Journal Business Ethic Quarterly*, volume 13, issue 44, 2003

Sembiring, Edi Rismanda. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Telaah Akuntansi*, Volume: 01 No. 01 Juni 2003, hal. 01-21.2003

Solihin, Ismail. 2009. *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Jakarta: Salemba Empat

Sri Hermuningsih, 2012, *Pengantar Pasar modal Indonesia*, Yogyakarta, UPP
STIM YKPN



Suharsimi Arikunto, 2006, *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara

Tim Penyusun Kamus Pusat dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011

Triyuwono, Iwan. Mengangkat "sing liyan" untuk Formulasi Nilai Tambah Syari'ah. *Simposium Nasional Akuntansi X Unhas, 26-28 Juli 2007*. 1 - 21. Tri wuyono, 2007

Undang-Undang No 40 tahun 2007 pasal 74 tentang Perseroan terbatas.

Widi, Restu Kartiko. 2010. *Asas Metode Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

XL Axiata, Annual Report Tahun 2016, Lalu Kini dan Esok yang lebih baik. Jakarta: XI Axiata, 2016

Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*, Jakarta: Salemba Empat, 2007



