

Menata Pengungkapan CSR pada Bank Islam (Pendekatan Teori Kritis)

By Inten Meutia

Menata Pengungkapan CSR pada Bank Islam (Pendekatan Teori Kritis)



Inten Meutia



Menata Pengungkapan CSR
pada Bank Islam
(Pendekatan Teori Kritis)

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Inten Meutia

**Menata Pengungkapan CSR
pada Bank Islam**
(Pendekatan Teori Kritis)



**MENATA PENGUNGKAPAN CSR PADA BANK ISLAM
(PENDEKATAN TEORI KRITIS)**

Inten Meutia

Desain Cover :
Rulie Gunadi

Sumber :
www.shutterstock.com

Tata Letak :
Zulita Andan Sari

Proofreader :
Tasya Sukma Putri

Ukuran :
x, 199 hlm, Uk: 15.5x23 cm

ISBN :
978-623-02-3628-0

Cetakan Pertama :
November 2021

Hak Cipta 2021, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2021 by Deepublish Publisher
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT DEEPUBLISH
(Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA)

Anggota IKAPI (076/DIY/2012)

Jl.Rajawali, G. Elang 6, No 3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman

Jl.Kaliurang Km.9,3 – Yogyakarta 55581

Telp/Faks: (0274) 4533427

Website: www.deepublish.co.id

www.penerbitdeepublish.com

E-mail: cs@deepublish.co.id

KATA PENGANTAR

Penulis bersyukur ke hadirat Allah Swt. yang telah memberikan karunia berupa hikmah dan pikiran yang tenang untuk dapat menyelesaikan buku ini untuk dipersembahkan sebagai bagian dari ibadah kepada-Nya insyaallah. Terima kasih juga penulis haturkan kepada semua pihak yang telah menginspirasi dan memberikan masukan atas penulisan buku ini.

Buku ini dimaksudkan untuk berbagi pengalaman serta wawasan dalam mengkritisi tanggung jawab sosial dalam konteks perbankan Islam. Dimotivasi oleh pemikiran bahwa seharusnya jika suatu entitas mengatasnamakan Islam dalam operasionalnya, maka seharusnya jika dalam semua aktivitasnya menggunakan nilai-nilai Islam termasuk dalam aktivitas tanggung jawab sosial. Berbagai pemikiran konvensional yang sudah ada mungkin dapat dijadikan panduan dalam melakukan tanggung jawab sosial namun filosofi dasar yang menjadi roh dari aktivitas tersebut haruslah nilai-nilai Islam.

Berangkat dari pemikiran bahwa Islam itu *rahmatan lil alamiin*, buku ini menawarkan suatu konsep dan pemikiran mengenai tanggung jawab sosial dalam perspektif Islam, yang dikembangkan dengan menggunakan pendekatan teori kritis dan teori yang juga telah diinternalisasi dengan nilai-nilai Islam.

Akhir kata, semoga buku yang berjudul ***Menata Pengungkapan CSR pada Bank Islam (Pendekatan Teori Kritis)*** dapat menginspirasi dan memberi pencerahan pada pembaca semua. Wasalam.

Oktober 2021

Inten Meutia

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
PENGANTAR PENULIS	1
BAB 1. PENDAHULUAN.....	5
BAB 2. JALAN KRITIS PENGUNGKAPAN CSR BERDIMENSI SPIRITUAL	27
2.1. Teori Kritis Habermas: Jalinan Pengetahuan dan Kepentingan.....	31
2.2. Teori Komunikasi Aksi: Suatu Kerangka Analisis.....	36
2.3. CSRD sebagai Suatu <i>Lifeworld</i>	40
2.4. Menggali Nilai-Nilai Spiritual: Upaya untuk Menghasilkan <i>Lifeworld</i> yang Berdimensi Spiritual	43
2.5. <i>Shari'ah Enterprise Theory</i> sebagai <i>Knowledge based on Spiritual</i>	53
BAB 3. TEORI MAINSTREAM TANGGUNG JAWAB SOSIAL.....	64
3.1. Prinsip Dasar Tanggung Jawab Sosial.....	65
3.2. Respons Dunia Akuntansi atas Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	69
3.3. Teori di Balik Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD)	77
3.3.1. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Pandangan Teori Legitimasi	78
3.3.2. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Berdasarkan Pandangan Teori <i>Stakeholders</i>	81

BAB 4. MENYUSUR JEJAK TERDAHULU	84
4.1. Perkembangan Konseptual dan Model Operasional Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	85
4.2. <i>Global Reporting Initiative (GRI), Triple Bottom Line Reporting dan ISO 26000.....</i>	94
4.3. <i>Corporate Citizenship</i>	98
4.4. Tanggung Jawab Sosial dalam Perspektif Islam	100
4.5. Alternatif Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial bagi Bank Islam	103
4.6. Menarik Pelajaran dari Pemikiran Terdahulu.....	118
BAB 5. PRAKTIK CSR DI DUNIA DAN INDONESIA	125
5.1. Perkembangan CSR Dunia	126
5.2. Perkembangan CSR di Indonesia	129
BAB 6. PENGUNGKAPAN CSR BERDIMENSI SPIRITUAL	135
6.1. Langkah-Langkah Ekstensi.....	136
6.2. Upaya untuk Mengedepankan Wajah Tuhan	145
6.2.1. Prinsip “Berbagi”	146
6.2.2. “Rahmatan lil Alamin”	149
6.2.3. Prinsip “ <i>Maslaha</i> ”	154
6.3. Mengembangkan Konsep Dasar CSRD Berbasis <i>Shari’ah Enterprise Theory</i>	156
6.3.1. Legitimasi Allah menjadi Tujuan	156
6.3.2. Menebar Kesejahteraan.....	158
6.3.3. Kepentingan Terbaik bagi Semua.....	160
6.3.4. Menyandingkan Material-Spiritual dan Kualitatif-Kuantitatif.....	162
6.4. Merangkai Tema dan <i>Item</i> Pengungkapan.....	165
6.5. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Berbasiskan Fitrah	172
BAB 7. PENUTUP.....	174
REFERENSI.....	178
GLOSARIUM.....	195

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Pengungkapan CSR sebagai " <i>Lifeworld</i> "	42
Gambar 2.2. <i>Lifeworld</i> Berdimensi Rasional dan Spiritual	51
Gambar 2.3. Rerangka Tulisan.....	52
Gambar 4.1. Model Konseptual Brooks (1986)	87
Gambar 4.2. Triple Bottom Line.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tahapan Penulisan.....	59
Tabel 4.1.	Konsep Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	86
Tabel 4.2.	Tema dan <i>Item</i> Pengungkapan CSR Menurut Raar (2002)	91
Tabel 4.3.	Indikator Kepatuhan Syariah	106
Tabel 4.4.	<i>Item-Item</i> Pengungkapan CSR versi Maali <i>et al.</i> (2003)	111
Tabel 4.5.	<i>Item-Item</i> Pengungkapan CSR Versi Haniffa dan Hudaib (2004)	114
Tabel 6.1.	Aplikasi Prinsip Berbagi dalam Pengungkapan CSR.....	148
Tabel 6.2.	Aplikasi <i>Rahmatan lil Alamin</i> dalam Pengungkapan CSR	152
Tabel 6.3.	Perbedaan Konsep Teoretis Pengungkapan CSR.....	163
Tabel 6.4.	<i>Item-Item</i> Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Akuntabilitas terhadap Tuhan dan <i>Direct</i> <i>Stakeholders</i>).....	167
Tabel 6.5.	<i>Item-item</i> Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Akuntabilitas terhadap <i>Indirect Stakeholders</i> dan Alam).....	169

PENGANTAR PENULIS

Tulisan mengenai akuntansi syariah secara khusus yang berkaitan dengan perbankan syariah selama ini lebih banyak ditujukan pada aspek material seperti profitabilitas, karakteristik keuangan ataupun persepsi *stakeholders* mengenai bank Islam ataupun membandingkan berbagai hal terkait bank Islam dengan bank konvensional. Sementara itu tulisan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial biasanya lebih pada pendekatan positivis yang mengutamakan pendekatan kuantitatif yang mengukur level pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan berusaha menghubungkannya dengan berbagai karakteristik keuangan perusahaan.

Tulisan ini menawarkan satu pendekatan *non-mainstream* dalam perspektif teori kritis yang bertujuan melakukan ekstensi atas teori dan konsep pengungkapan tanggung jawab sosial. Penggunaan paradigma *non-mainstream* merupakan pendekatan yang relatif baru di dunia akuntansi khususnya di Indonesia, karenanya penulis berharap buku ini dapat memberikan sumbangan dalam pengembangan pendekatan *non-mainstream* di bidang riset akuntansi. Pendekatan yang digunakan dalam buku ini diharapkan dapat memberikan alternatif baru atas tulisan-tulisan serupa di bidang tanggung jawab sosial.

Dari segi metodologi buku ini menawarkan suatu metodologi alternatif dengan dilakukannya ekstensi atas teori komunikasi aksi Habermas. Ekstensi dilakukan dengan menggunakan spiritual sebagai salah satu sumber refleksi diri selain rasionalitas. Digunakannya spiritualitas sebagai salah satu sumber refleksi diri jelas akan memperkaya temuan yang diperoleh karena berusaha memasukkan nilai-nilai spiritual yang ada dalam diri ke dalam perilaku dan tindakan yang ada dalam suatu realitas sosial.

Di samping itu buku ini juga menawarkan suatu konsep pengungkapan tanggung jawab sosial berikut informasi yang harus diungkapkan oleh bank Islam yang diturunkan dari *Shari'ah Enterprise Theory*. Konsep ini bersifat menyeluruh serta merupakan suatu perluasan dari konsep-konsep tanggung jawab sosial yang pernah dikembangkan sebelumnya. Apa yang dilontarkan dalam tulisan ini adalah bahwa konsep pengungkapan tanggung jawab sosial yang selama ini bertujuan mendapatkan legitimasi pemilik dan mengutamakan kepentingan sekelompok *stakeholders* tertentu sudah seharusnya bergeser dengan tujuan mendapatkan legitimasi Tuhan yang Maha Tinggi dan mengutamakan kepentingan semua *stakeholders* yang selama ini terpinggirkan.

Keberadaan suatu bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial bagi institusi keuangan Islam khususnya bank Islam akan melengkapi pemikiran-pemikiran sebelumnya atas perkembangan ilmu akuntansi syariah. Pada umumnya, apa yang telah dikembangkan berkaitan dengan formulasi teoretis dan konsep serta bentuk laporan keuangan syariah. ¹ Apa yang ditawarkan dalam tulisan ini adalah konsep dan bentuk **pengungkapan tanggung jawab sosial** yang didasarkan pada *Shari'ah Enterprise Theory* diharapkan dapat memberi sumbangan sekaligus menjadi batu pijakan bagi pemikiran selanjutnya.

Pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh bank Islam selama ini masih sangat terbatas, bersifat sukarela, dan pada umumnya dilatarbelakangi oleh pengaruh profit dan *power*. Masih sangat sedikit pengungkapan yang menunjukkan adanya aplikasi dari nilai-nilai yang ada dalam Islam. Sebagai akibatnya timbul ketimpangan informasi yang tidak selaras dengan tujuan bank Islam. Sebagaimana kita ketahui bahwa bank Islam adalah bank yang didirikan dengan dasar agama yang bertujuan menciptakan keseimbangan material dan spiritual bagi pemeluknya. Oleh sebab itu, buku ini diharapkan dapat memberikan pencerahan pada praktisi perbankan syariah untuk dapat menciptakan keseimbangan informasi guna meningkatkan kesejahteraan seluruh *stakeholders*. Keseimbangan informasi ini dapat dilakukan dengan menggunakan

apa yang telah disusun dalam buku ini untuk melakukan kegiatan tanggung jawab sosial sekaligus melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penulis menyadari bahwa “*power*” dari regulator dalam hal ini Direktorat Bank Indonesia, Dewan Syariah Nasional dan Ikatan Akuntan Indonesia mempunyai pengaruh yang sangat besar atas kebijakan pengungkapan yang dilakukan oleh bank Islam. Keberadaan *power* dalam bentuk aturan, fatwa ataupun ketetapan-ketetapan yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia melalui Direktorat Perbankan Syariah, Dewan Syariah Nasional dan Ikatan Akuntan Indonesia telah memaksa bank Islam untuk mematuhi. Melalui tulisan ini penulis berharap dapat memberikan sedikit pencerahan bagi pihak-pihak di atas karena selama ini perhatian yang diberikan terlalu fokus pada aspek material sehingga membuat terpinggirkannya informasi yang bersifat spiritual. Ke depan diharapkan Bank Indonesia tidak hanya fokus pada kebijakan untuk mengejar target, seperti *market share* banyaknya cabang dan sebagainya namun mulai lebih memperhatikan kaitan keberadaan bank Islam dengan tujuan ekonomi syariah itu sendiri.

Melihat pentingnya peranan “*power*” yang dimiliki oleh Bank Indonesia secara khusus Direktorat Perbankan Syariah atas kegiatan perbankan syariah di Indonesia maka akan lebih baik jika ke depan Bank Indonesia juga mengeluarkan aturan berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial ini. Hal ini akan memberikan pengaruh yang sangat besar agar peran bank Islam berjalan sesuai dengan tujuan ekonomi syariah dapat segera dicapai. *Item-item* yang penulis ajukan dalam buku ini dapat menjadi panduan bagi Bank Indonesia untuk menyusun aturan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial.

Kepada Dewan Syariah Nasional, ke depan diharapkan mulai memperhatikan isu lingkungan sebagai bagian dari pertanggungjawaban sosial bank Islam, mengingat isu-isu ini justru telah lebih diperhatikan di negara-negara nonmuslim, sedangkan dalam Islam sendiri perintah untuk menjaga dan menyelamatkan

lingkungan sebagai bagian dari ayat-ayat Tuhan sangat dianjurkan. Selain itu kebijakan berkaitan dengan Daftar Efek Syariah barangkali perlu diperbaharui dengan melibatkan lembaga-lembaga terkait dengan lingkungan dan hak asasi manusia sebagai pihak yang lebih berkompeten di bidangnya. Hal ini penting agar institusi keuangan Islam terhindar dari membiayai perusahaan yang masuk dalam kategori berpotensi merusak lingkungan serta melanggar hak asasi manusia dalam segala macam bentuknya.

Mengingat pentingnya isu tanggung jawab sosial dan pentingnya pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai bagian dari bentuk pertanggungjawaban, ke depan hendaknya dapat disusun suatu laporan nonkeuangan yang akan menjadi laporan utama yang berguna bagi para pengambil keputusan dalam mempertimbangkan kinerja nonkeuangan bank Islam. Apa yang diajukan dalam buku ini dapat digunakan oleh regulator dalam hal ini Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) sebagai pertimbangan dalam menyusun laporan nonkeuangan tersebut.

1.

PENDAHULUAN

“Jika sukses itu bermakna, mengapa gedung-gedung kita semakin tinggi, tetapi emosi kita semakin dangkal?”

“Jika sukses itu berarti, mengapa rumah dan mobil kita semakin besar, tetapi kebahagiaan kita semakin kecil?”

“Jika sukses itu patut dikejar, mengapa harta benda kita semakin bertambah, tetapi kebajikan kita semakin berkurang?” dan

“Jika sukses itu anugerah, mengapa kita sudah menaklukkan angkasa luar, tetapi kita semakin takluk pada kebencian dan angkara murka?”

Pertanyaan-pertanyaan ini pun dijawab Capra,

“Kita telah terlalu saintifik dan kurang intuitif”,

“Kita telah terlalu matematikal dan kurang artistik”,

“Kita telah terlalu maskulin dan kurang feminin” dan

“Kita telah terlalu material dan kurang spiritual”

(Isworo L. dalam Kompas, 18 September 2006)

Dewasa ini telah terjadi perkembangan yang sangat pesat dalam dunia perbankan Islam. Perbankan Islam adalah sektor terbesar dalam industri keuangan syariah, memberikan kontribusi sebesar 69% atau USD 1,992 triliun dari aset industri. Terdapat 526 bank Islam di seluruh dunia pada 2019. Dari segi aset, 3 pasar teratas Iran, Arab Saudi, dan Malaysia berkontribusi 63% dari Aset Perbankan Syariah Global dan Maroko adalah pasar dengan pertumbuhan

tercepat dalam Aset Perbankan Syariah di mana asetnya berlipat ganda pada 2019.

Pangsa pasar keuangan syariah memberikan kontribusi hingga 9,03% per April 2020 terhadap sistem keuangan di Indonesia. Ini menunjukkan peningkatan dibandingkan tahun 2019 sekitar 8%. Total aset keuangan syariah di Indonesia, tidak termasuk modal syariah, sekitar Rp1.496,05 Triliun per April 2020. Rinciannya sebagai berikut: pasar modal syariah berkontribusi sebagai penyumbang terbesar aset keuangan syariah sekitar Rp851,72 Triliun. Disusul Perbankan Syariah dan Industri Keuangan Non Bank (IKNB) masing-masing sekitar Rp534,86 Triliun dan Rp109,47 Triliun (Bank Indonesia, 2020).

Bank Islam atau dikenal juga dengan sebutan bank Islam merupakan bank yang seharusnya menjalankan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah. Faktor utama yang mendasari didirikannya bank Islam adalah adanya keinginan untuk menjalankan sistem perekonomian yang berbasis nilai-nilai dan prinsip syariah. Salah satunya adalah larangan terhadap riba. Riba merupakan kegiatan yang dilarang dalam Islam karena dapat merusak masyarakat di mana dapat menyebabkan ketimpangan dalam bidang sosial dan ekonomi. Usmani (2000) menyatakan bahwa filosofi yang melatarbelakangi bank Islam adalah bertujuan untuk mendistribusikan keadilan yang bebas dari segala macam bentuk eksploitasi.

Dilihat dari ukuran fisik dan materi berupa total aset, profitabilitas, banyaknya cabang, serta banyaknya bank konvensional yang membuka unit usaha syariah, pertumbuhan bank Islam memang cukup menggembirakan. Ketahanan bank Islam menghadapi krisis ekonomi menunjukkan bahwa bank ini telah menunjukkan eksistensinya dalam kancah perekonomian. Paling tidak ini menunjukkan bahwa sistem perbankan nonriba dapat menjadi alternatif bagi sistem ekonomi kapitalis. Namun demikian, kesuksesan suatu perusahaan terutama perusahaan yang mengklaim beroperasi sesuai dengan prinsip syariah tidak dapat dilihat hanya dengan

mengukur perkembangan fisik dan materinya saja. Perbankan syariah didirikan dengan dasar ajaran syariah yang harusnya memuat lebih banyak dimensi spiritual. Dimensi spiritual ini menghendaki bisnis yang tidak hanya nonriba tetapi juga mampu memberikan kesejahteraan bagi masyarakat luas.

Bank-bank Islam yang didirikan pada masa awal, seperti The Farmers Credit Union di Pakistan pada akhir 1950 dan Mit Ghamer Savings Bank di Mesir tahun 1963 didirikan berdasarkan pada inisiatif sosial untuk mencapai tujuan sosial. Bahkan bank nonriba kedua yang didirikan di Mesir pada tahun 1972 diberi nama Nasser Social Bank. Suatu studi yang dilakukan Mashhour (1996) mengungkapkan bahwa aturan legislatif yang mendasari didirikannya bank Islam, seperti Dubai Islamic Bank tahun 1975, Faisal Islamic Bank di Mesir dan Sudan tahun 1977, serta Jordan Islamic Bank tahun 1978 mensyaratkan bank tersebut untuk melakukan aktivitas sosial. Hal ini memang sesuai dengan tujuan sistem ekonomi Islam, seperti dinyatakan oleh Lewis (2001), yaitu mendapatkan keuntungan tanpa mengeksploitasi pihak lain dan memberikan manfaat bagi masyarakat, selain menekankan pada kesejahteraan masyarakat di atas *interest* individu. Oleh sebab itu, bank Islam memiliki fungsi sosial sebagai sarana untuk membantu mewujudkan kesejahteraan umat.

UU Nomor 21 Tahun 2008 tanggal 16 Juli 2008 tentang Perbankan Syariah secara khusus telah menegaskan kembali mengenai pentingnya fungsi sosial perbankan syariah. Hal ini secara eksplisit diatur dalam Bab II mengenai Asas, Tujuan dan Fungsi, khususnya pasal 4 ayat (2) sampai ayat (4) UU Perbankan Syariah. Fungsi ini melekat pada operasional yang dilakukan oleh setiap bank Islam. Keberadaan UU Perbankan Syariah yang memuat fungsi sosial bank Islam menjadi landasan hukum positif yang semakin mempertegas peran dan fungsi perbankan syariah dalam aspek sosial kemasyarakatan. Artinya, fungsi perbankan syariah selain memberikan fungsi kemanfaatan ekonomi juga menawarkan fungsi kemanfaatan sosial bagi golongan masyarakat ekonomi lemah.

Triyuwono (2005) dalam makalahnya mengenai tingkat penilaian kesehatan bank Islam menyatakan bahwa kesehatan bank Islam, antara lain dapat diukur dengan *give out* dan *socio economic wealth*. *Give out* bermakna distribusi kesejahteraan yang telah berhasil diciptakan oleh bank Islam. Kesejahteraan menurut perspektif syariah harus didistribusikan kepada *direct participant*, *indirect participant*, dan alam, sedangkan *socio economic wealth* merupakan faktor “hasil” khususnya pada tingkat kesejahteraan materi. Lebih jauh Triyuwono (2005) menyatakan bahwa *socio economic wealth* ini secara alami melekat pada diri bank Islam. Meniadakan *socio economic wealth* ini berarti menghilangkan jati diri bank Islam. Berdasarkan perspektif Triyuwono (2005) ini, sangat jelas bahwa bank Islam memiliki tanggung jawab sosial ekonomi yang besar terhadap *direct participant*, *indirect participant*, dan alam.

Haniffa dan Hudaib (2004) menyatakan bahwa salah satu kesempatan untuk menunjukkan tanggung jawab dan komitmennya dalam memenuhi kebutuhan umat Islam dan masyarakat secara umum adalah melalui pengungkapan informasi yang relevan dan dapat diandalkan (*reliable*) dalam laporan tahunan. Melalui pengungkapan tanggung jawab sosial bank Islam dapat memberikan informasi sejauh mana ia telah memenuhi fungsi sebagai sarana untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tidak seperti bank konvensional yang cenderung menekankan pada pengungkapan laba, penilaian risiko, dan aspek nonsosial lainnya, bank Islam harus mengungkapkan informasi yang penting bagi para pengguna laporan mereka guna pengambilan keputusan untuk menunjukkan tanggung jawab mereka pada Tuhan dan masyarakat.

Namun demikian, beberapa penulis mengindikasikan bahwa bank Islam tidak sepenuhnya memenuhi peran sosialnya, seperti yang diinginkan oleh prinsip syariah (Aggarwal dan Yousef, 2000; Usmani, 2000; Maali *et al.*, 2003). Sebagai contoh: bank Islam seharusnya lebih menekankan pada pembiayaan profit and *loss sharing* (musyarakah). Namun, pada kenyataannya, sangat sedikit bank Islam yang memberikan perhatian pada aspek sosial ini. Di Indonesia sendiri,

struktur pembiayaan masih didominasi oleh akad murabahah, pertumbuhan penyaluran dana dengan akad murabahah cenderung konstan dalam kisaran 58,87% dari total pembiayaan pada tahun 2008, sedangkan pertumbuhan akad musyarakah dengan menggunakan konsep bagi hasil hanya 19% (Bank Indonesia, 2008). Bahkan Usmani (2000) menemukan bahwa di beberapa bank Islam bentuk pembiayaan yang digunakan tidak berdasarkan prosedur yang dipersyaratkan oleh syariah.

Suatu studi atas 32 bank Islam yang dilakukan International Institute of Islamic Thought pada tahun 1996 menemukan bahwa tujuan ekonomi telah mengesampingkan tujuan sosial dari bank-bank ini. Studi ini juga menyimpulkan bahwa kriteria ekonomi telah menjadi prioritas dibandingkan dengan kriteria sosial dalam mengevaluasi investasi (Maali *et al.*, 2003). Aggarwal dan Yousef (2000) menyatakan bahwa ketika bank Islam diharapkan untuk membantu pengusaha kecil yang tidak memiliki akses kredit terhadap sistem perbankan konvensional, mereka sebaliknya bersandar pada pembiayaan pasar. Hal ini merupakan sesuatu yang kontradiksi dengan prinsip syariah untuk kesejahteraan masyarakat. Aggarwal dan Yousef (2000) menyimpulkan bahwa ini merupakan respons yang rasional dari bank Islam dalam menghadapi masalah keagenan dalam usaha mereka untuk menyediakan dana bagi pengusaha. Lebih jauh, Aggarwal dan Yousef (2000) menyimpulkan bahwa faktor ekonomi lebih mempunyai peran dalam membentuk struktur bank Islam daripada norma agama.

Terkait dengan pelaporan tanggung jawab sosial, analisis yang dilakukan Maali *et al.* (2003) juga menyatakan bahwa pelaporan pertanggungjawaban sosial bank Islam tidak memenuhi standar bagi perusahaan yang beroperasi berdasarkan prinsip Islam. Temuan Maali *et al.* (2003) menunjukkan bahwa isu sosial bukan isu yang mendapat perhatian utama dari kebanyakan bank Islam. Maali *et al.* (2003) menyimpulkan bahwa "*with a few exceptions, Islamic banks have a long way to go to meeting expectations of the Islamic community*".

Adapun temuan Haniffa dan Hudaib (2004) mengenai praktik pengungkapan institusi keuangan Islam menunjukkan minimnya pengungkapan serta kurangnya kejelasan dan konsistensi. Lebih jauh, Haniffa dan Hudaib (2004) menyimpulkan bahwa praktik pengungkapan di institusi keuangan ini tidak mencukupi untuk memenuhi fungsinya dalam memenuhi kewajiban kepada Tuhan, masyarakat, dan institusi itu sendiri serta untuk menunjukkan akuntabilitas. Karenanya, tidak memungkinkan pengguna laporan untuk membuat keputusan ekonomi yang religius.

Haniffa dan Hudaib (2007) mengungkapkan bahwa banyak sekali ketidaksesuaian antara informasi yang diungkapkan di laporan tahunan dengan nilai-nilai etika bisnis Islam. Ketidaksesuaian ini di antaranya berkaitan dengan empat dimensi, yaitu komitmen terhadap masyarakat, pengungkapan visi dan misi perusahaan, kontribusi dan manajemen zakat, *charity* dan pinjaman kebajikan, serta informasi mengenai manajemen. Temuan ini cukup menyentak karena bank Islam sebagai institusi ekonomi dan sosial seperti dikatakan Haniffa dan Hudaib (2007:111), diharapkan mengomunikasikan lebih banyak dimensi untuk merefleksikan akuntabilitas dan keadilan tidak hanya kepada masyarakat melainkan juga kepada Tuhan.

Belum dipenuhinya fungsi sosial institusi keuangan Islam melalui pengungkapan tanggung jawab sosial yang memuat nilai-nilai Islam dimungkinkan terjadi karena dalam beberapa aspek institusi, keuangan Islam ini masih berpegang pada standar akuntansi konvensional termasuk dalam hal pengungkapan. Harahap (2003) mengungkapkan bahwa biarpun Accounting, Auditing Organization for Islamic Financial Institution (AAOIFI) telah dikembangkan, standar akuntansi termasuk pengungkapan tanggung jawab sosial di dalamnya kebanyakan masih berdasarkan pada konsep akuntansi konvensional yang dipenuhi oleh nilai-nilai kapitalisme dan sekularisme (lihat juga Hameed, 2000; Haniffa dan Hudaib, 2001; Triyuwono, 2002; Harahap, 2003).

PSAK No. 59 yang sebelumnya mengatur mengenai perbankan syariah juga tidak memberikan panduan yang jelas mengenai

pengungkapan tanggung jawab sosial. Pengungkapan yang diatur dalam PSAK No. 59 hanya berkenaan dengan pengungkapan umum, seperti informasi mengenai karakteristik kegiatan dan jasa utama yang disediakan, peranan sifat dan tugas serta kewenangan Dewan Pengawas Syariah, tanggung jawab Dewan Pengawas Syariah, serta tanggung jawab bank atas pengelolaan zakat. PSAK 59 hanya mengatur hal-hal umum yang bersifat keuangan dan kuantitatif. Walaupun saat ini PSAK No. 59 telah diganti dengan PSAK No. 101-112, tidak banyak perubahan yang berarti secara substansi. Karenanya, jika kita melihat laporan bank Islam baik laporan tahunan maupun laporan keuangan maka fungsi tanggung jawab sosial hanya muncul dalam bentuk laporan zakat dan *qardhul hasan* serta beberapa tindakan donasi yang tidak jauh berbeda dengan yang dilakukan oleh perusahaan pada umumnya. Tanggung jawab sosial perusahaan dalam hal ini telah direduksi maknanya hanya sebatas penyaluran zakat dan donasi yang bersifat sukarela.

Beberapa penulis yang menaruh perhatian terhadap perkembangan institusi dan akuntansi Islam mencoba untuk memberikan alternatif atas isu pengungkapan tanggung jawab sosial dalam perspektif Islam (lihat Sulaiman dan Willett, 2003; Maali *et al.*, 2003; Haniffa dan Hudaib, 2004; dan Hameed *et al.*, 2004). Sulaiman dan Willett (2003) menggunakan kerangka Hofstede Gray dalam mengembangkan model pelaporan perusahaan Islam. Dengan menggunakan kerangka ini, Sulaiman dan Willett (2003) menggambarkan dan mendefinisikan informasi yang seharusnya ada di laporan perusahaan Islam. Menurut Sulaiman dan Willett (2003), pelaporan perusahaan Islam harus memiliki fokus yang lebih luas daripada hanya berkonsentrasi pada kebutuhan untuk pengguna tradisional seperti investor, kreditor, dan pemegang saham.

Berkaitan dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan, Sulaiman dan Willett (2003) mengatakan bahwa isu ini merupakan komponen penting yang harus diungkapkan dalam pelaporan perusahaan. Menurut Sulaiman dan Willett (2003), indikator yang diberikan dalam *Global Reporting Initiative* (GRI) dapat digunakan

sebagai basis dalam mengembangkan model pelaporan sosial dan lingkungan yang lebih menyeluruh. Namun, Moneva (2006) mengungkapkan bahwa perusahaan yang menganggap dirinya adalah *GRI reporters* ternyata tidak berperilaku dengan cara yang bertanggung jawab dalam merespons keseimbangan sosial. Larrinaga *et al.* (2002) dan Owen *et al.* (1997) menganggap bahwa *GRI guidelines* tidak mencukupi untuk membangun hubungan yang bertanggung jawab antara perusahaan dan masyarakat serta lingkungan di sekitarnya. Bebbington *et al.* (2004) mengatakan bahwa panduan yang dikembangkan oleh GRI digunakan sebagai instrumen baru bagi manajemen untuk melegitimasi keputusan dan tindakannya.

Dalam pembahasannya, Sulaiman dan Willett (2003) memberikan contoh pengungkapan yang dapat ditambahkan dalam indikator GRI, seperti informasi jumlah zakat yang dibayarkan, apakah perusahaan melakukan praktik monopoli, dan apakah perusahaan tersebut halal. Apa yang dijelaskan oleh Sulaiman dan Willett (2003) masih sebatas konsep bahwa sistem akuntansi dalam masyarakat Islam seharusnya mendukung transparansi dalam hal pengungkapan, praktik pengukuran yang kurang konservatif dan variasi yang lebih banyak dalam praktik pelaporan antar perusahaan dan waktu. Transparansi dalam pengungkapan dalam hal ini termasuklah isu sosial dan lingkungan.

Jika Sulaiman dan Willett (2003) memberikan konsep mengenai pelaporan bagi perusahaan maka Maali *et al.* (2003) telah melakukan spesifikasi atas pengungkapan sosial bagi bank Islam. Berdasarkan pada perspektif Islam atas *accountability, social justice, dan ownership*, ia mengembangkan tiga tujuan utama yang digunakan sebagai dasar untuk mengidentifikasi pengungkapan tanggung jawab sosial dalam perusahaan bisnis Islam. Ketiga hal ini yaitu:

1. Untuk menunjukkan kepatuhan terhadap prinsip Islam secara khusus terkait dengan pihak luar.
2. Untuk menunjukkan bagaimana kegiatan yang dijalankan mempengaruhi kesejahteraan komunitas Islam.
3. Untuk membantu umat menjalankan kewajiban agamanya.

Selanjutnya, berdasarkan ketiga tujuan ini, Maali *et al.* (2003) mengembangkan area dan *item* pengungkapan bagi bank Islam. Namun, apa yang dikembangkan oleh Maali *et al.* (2003) nampaknya tidak banyak berbeda dengan yang dipersyaratkan oleh AAOIFI. Informasi mengenai pegawai, lingkungan, dan komunitas merupakan tema yang diajukan oleh Maali *et al.* (2003) yang harus diungkapkan oleh bank Islam. Ketiga tema ini merupakan tema yang sudah pernah dibahas oleh Gray *et al.* (1996); Hackston dan Milne (1996); Deegan (2002); dan Raar (2002) sebagai bagian dari pelaporan sosial perusahaan.

Haniffa dan Hudaib (2004) dalam makalahnya menulis mengenai pengungkapan dalam konteks institusi keuangan Islam. Dalam konsep kontrak, mereka membahas bahwa terdapat dua jenis kontrak, yaitu kontrak eksplisit dan implisit. Kontrak eksplisit dalam bentuk hubungan antara perusahaan dengan berbagai pihak dalam bentuk dokumen yang ditandatangani. Selain itu, terdapat kontrak implisit seperti memberikan produk yang berkualitas, melayani konsumen dengan baik, memberikan lingkungan kerja yang nyaman bagi pegawai, memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat, melindungi lingkungan dan sebagainya. Pemenuhan atas kewajiban ini seringkali terabaikan karena tidak terdapatnya pertimbangan spiritual yang berdasarkan pada etika kemanusiaan ataupun pertimbangan moral.

Haniffa dan Hudaib (2004) tidak secara khusus membahas mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan karenanya isu lingkungan tidak menjadi isu yang patut diungkapkan dalam persepsi mereka. Nilai-nilai Islam yang harus diungkapkan dalam pandangan mereka terbatas pada kutipan dan penggunaan terminologi Islam, seperti *Inshaallah*, *Alhamdulillah*, *Bismillah*, dan sebagainya. Penggunaan terminologi ini untuk mengukur tanggung jawab sosial perusahaan nampaknya terlalu naif dan terkesan hanya sebagai "*lip service*".

Berbeda dengan Haniffa dan Hudaib (2004), Hameed *et al.* (2004) mengembangkan tiga indikator yaitu *Shari'ah compliance*,

corporate governance indicator, dan *social/environment indicator*. Ketiga indikator ini nampaknya cukup menyeluruh, hanya saja jika disimak lebih dalam, *item-item* yang digunakan sebagai pengungkapan tidak banyak berbeda dengan apa yang disyaratkan oleh AAOIFI yang dinilai banyak kalangan masih sarat dengan nilai-nilai kapitalis. Salah satu ukuran *Shari'ah compliance* menurut Hameed *et al.* (2004) adalah adanya laporan Dewan Pengawas Syariah. Namun, mereka tidak merinci bagaimana bentuk laporan tersebut. Indikator pengungkapan yang digunakan oleh Hameed *et al.* (2004) hanya menekankan pada ada atau tidak *item* dimaksud. Dalam hal ini, pengungkapan yang diajukan oleh Maali *et al.* (2003) lebih baik karena dalam beberapa bagian telah mempertimbangkan perlunya pengungkapan informasi baik kuantitatif maupun kualitatif.

Isu mengenai tanggung jawab sosial perusahaan bukan isu baru dalam dunia akuntansi. Isu ini mulai muncul di awal abad ke-20 di mana perusahaan pada masa itu dikritik karena dituduh bersifat antisosial. Bersamaan dengan berbagai persoalan besar yang ditimbulkan oleh sistem ekonomi kapitalis, muncul tekanan dari kelompok tertentu yang meminta perusahaan untuk lebih memperhatikan isu-isu sosial dan lingkungan. Bowen pada tahun 1953 dalam publikasinya "*Social Responsibilities of the Businessman*" mengatakan bahwa perusahaan memiliki kewajiban untuk membuat kebijakan, membuat keputusan, dan melakukan tindakan-tindakan sesuai dengan tujuan dan nilai yang ada dalam masyarakat (Balabanis *et al.* 1998). Lebih jauh mengenai konsep tanggung jawab sosial perusahaan, Bowen (1953) menekankan pada dua hal, yaitu bahwa perilaku dan metode operasi perusahaan harus mematuhi aturan-aturan yang ada di masyarakat dan perusahaan bertindak sebagai agen moral dalam masyarakat. Wood (1991) mengembangkan ide ini menjadi tiga prinsip tanggung jawab sosial, yaitu pertama, perusahaan adalah institusi sosial karenanya bertanggung jawab untuk menggunakan kekuatannya secara bertanggung jawab; kedua, perusahaan bertanggung jawab terhadap keluaran yang berhubungan dengan keterlibatan dengan masyarakat; ketiga, individu dalam

perusahaan adalah agen moral yang berkewajiban untuk menggunakan kebijaksanaan dalam membuat keputusan. Sebagai bagian dari bentuk tanggung jawab maka perusahaan diminta untuk mengungkapkan atau membuat suatu laporan pertanggungjawaban sosial.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu cara bagi perusahaan untuk mengomunikasikan kepada para *stakeholders* bahwa perusahaan memberi perhatian pada pengaruh sosial dan lingkungan yang⁴ ditimbulkan oleh perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan untuk memperlihatkan kepada masyarakat aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dan pengaruhnya terhadap masyarakat. Pengaruh di sini, antara lain adalah seberapa jauh lingkungan, pegawai, konsumen, masyarakat lokal, dan yang lainnya dipengaruhi oleh kegiatan dan operasi bisnis perusahaan. Gray *et al.* (1995) menyatakan terdapat beberapa terminologi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan CSRD lain yang sering digunakan seperti pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan, pengungkapan tanggung jawab sosial, dan pelaporan.

Gray *et al.* (1996) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRD) sebagai:

“Proses mengomunikasikan pengaruh sosial dan lingkungan dari suatu organisasi serta tindakan ekonomi untuk kelompok yang mempunyai *interest* dalam suatu masyarakat dan untuk masyarakat secara luas”

Secara lebih spesifik, CSRD didefinisikan⁴ oleh Guthrie dan Mathews (1985) dalam Hackston dan Milne (1996) sebagai:

“Pengadaan informasi keuangan dan nonkeuangan yang berhubungan dengan interaksi organisasi dan lingkungan sosial yang dinyatakan dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial lainnya yang terpisah”

Selain itu, Gray *et al.* (1987: 4) mendefinisikan pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai:

"...as the process of providing information designed to discharge social accountability. Typically this act would be undertaken by the accountable organization and thus might include information in the annual report, special publications or even socially oriented advertising"

Pelaporan tanggung jawab sosial bermakna bahwa perusahaan seharusnya bertanggung jawab atas segala tindakannya yang mempengaruhi komunitas dan lingkungan di mana orang atau komunitas tersebut berada dengan mengungkapkan informasi mengenai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dan pengaruhnya terhadap sosial lingkungan.

Dalam perjalanan panjang, praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terdapat dua teori yang sering digunakan untuk menjelaskan praktik ini, yaitu teori legitimasi dan teori *stakeholders*. Pengungkapan tanggung jawab sosial dalam pandangan kedua teori ini bertujuan untuk mendapatkan legitimasi masyarakat guna kelangsungan hidup perusahaan yang tidak lain berujung pada kepentingan pemilik. Informasi yang diungkapkan adalah informasi yang selaras dengan kepentingan *stakeholders* yang punya pengaruh paling besar terhadap perusahaan, yaitu pemegang saham. Meskipun cabang etika dari teori *stakeholders* mengatakan bahwa semua *stakeholders* memiliki hak yang sama untuk mendapatkan informasi, pada praktiknya, perusahaan tetap melakukan identifikasi atas *stakeholders* untuk menentukan *stakeholders* yang mana yang lebih patut untuk dilayani dan semua ini tentunya tidak lepas dari kerangka yang dinyatakan Friedman (1970), yaitu *stakeholders* yang memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Pengungkapan sosial dalam hal ini digunakan untuk membangun citra yang positif mengenai perusahaan karena "*negative corporate image can have a serious economic implication for organizations*" (Buhr dan Freedman, 2001: 294). Oleh sebab itu, tidak heran jika beberapa tulisan mencatat bahwa perusahaan termasuk

institusi keuangan Islam punya kecenderungan untuk melakukan pengungkapan yang positif saja (Deegan dan Rankin, 1996; Maali *et al.* 2003); tulisan lain juga mencatat bahwa level pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan biasanya berhubungan dengan ukuran perusahaan dan profitabilitas (Belkaoui dan Karpik, 1989; Hackston dan Milne, 1996; Adam, Hills dan Robert, 1998; Choi, 1999); serta perusahaan yang terdaftar di pasar modal akan mengungkapkan lebih banyak tanggung jawab sosial (Teoh dan Thong, 1984; Saudagaran, 2000). Semua ini menunjukkan bahwa motivasi sebenarnya dari pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan tidak lain hanya untuk kepentingan perusahaan semata.

Selain itu, masih banyak lagi penulis seperti: Tilt (2001), Belal (2001), Hall (2002), Donovan (2002), Rahaman *et al.* (2004), dan Ann *et al.* (2008) yang menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial yang didasari oleh kedua teori ini tidak lebih dari suatu upaya untuk mempertahankan status quo perusahaan di masyarakat. Oleh karena itu, pengungkapan tanggung jawab sosial yang didasari baik oleh teori legitimasi maupun teori tidak seharusnya digunakan dalam suatu institusi yang didirikan dengan filosofi yang mengedepankan dimensi spiritual serta didasari oleh nilai-nilai syariah. Hal ini disebabkan karena konsep kapitalisme dan *utilitarianisme* melekat kuat pada kedua teori ini. Kedua konsep yang melekat pada teori legitimasi dan *stakeholders* ini juga melekat pada *entity theory* yang merupakan teori yang dianut oleh akuntansi modern. *Entity theory* yang menjadi konsep akuntansi modern seperti dikatakan Triuwono (2006) sarat dengan nilai egoisme. Menurut pandangan teori ini, perusahaan akan eksis bila dapat menghasilkan *income* dan *income* semata-mata diperuntukkan bagi pemilik, inilah bentuk dari kapitalisme. *Utilitarianisme* merupakan konsep di mana baik-buruk, benar-salah, adil-zalim didasarkan pada konsekuensi perbuatan yang diukur dengan utilitas (Triuwono, 2006).

Tujuan perusahaan berdasarkan *entity theory* seperti dikatakan oleh Li (1960) adalah untuk memberikan jasa dan menghasilkan

utilitas. Dalam upaya untuk mencapai tujuan ini maka penting bagi perusahaan untuk mengamankan modal yang dimilikinya agar dapat memberikan *return* bagi pemilik. Dalam pandangan *entitiy theory*, *income* menjadi informasi yang sangat penting bagi pemilik perusahaan. *Entitiy theory* merupakan teori alternatif yang diajukan setelah sebelumnya masyarakat bisnis khususnya mengenal *proprietary theory*. Munculnya *entitiy theory* ini seperti dikatakan oleh Gaffikin (2008) secara langsung berhubungan dengan perubahan sifat dari perusahaan modern. Hal ini disebabkan perusahaan mulai tumbuh menjadi besar dan terjadi pemisahan antara kepemilikan sehingga fungsi pengendalian menjadi lebih berat. Beberapa kalangan seperti dijelaskan Gaffikin (2008: 5) percaya bahwa karena keberadaan perusahaan sebagai entitas yang terpisah, akuntansi seharusnya merefleksikan kepentingan perusahaan yang berbeda dengan apa yang dipahami dalam *proprietary theory*.

Menurut *proprietary theory*, tujuan perusahaan, jenis modal, dan lain semuanya dilihat dari sudut pandang pemilik, dalam hal ini tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan kesejahteraan pemilik (Mulawarman, 2009: 70). Tujuan utama teori ini menurut Harahap (2002: 71) adalah menentukan dan menganalisis kekayaan bersih perusahaan yang merupakan hak pemilik. Secara implisit dikatakan Setiabudi dan Triyuwono (2002: 162), konsep *proprietary theory* mengekspresikan suatu hierarki kekuasaan atas kekayaan secara terpusat, bahkan berpotensi totaliter dan mengarah pada replika perang sosial di mana wujud kompetisi secara interaktif meningkatkan intensitas dorongan mencari keuntungan.

Dalam *entitiy theory*, entitas dianggap sebagai sesuatu yang terpisah dan berbeda dari pihak penanam modal di perusahaan. Pemegang saham hanya merupakan salah satu penyedia modal karenanya pengukuran profit seharusnya tidak dianggap sebagai penentu dividen bagi pemegang saham. Profit adalah apa yang tersedia menurut manajemen untuk didistribusikan kepada pemilik dan pihak ketiga melalui pembayaran bunga dan pajak. Oleh sebab itu, manajemen memiliki hak untuk menahan profit guna pengembangan

perusahaan di masa depan karena profit adalah milik perusahaan bukan hanya pemilik (*owners*). *Proprietary theory* yang dikenalkan oleh Charles Ezra Sprague pada tahun 1908 dalam tulisannya *The Philosophy of Account* mempunyai pandangan bahwa pemilik (*proprietor*) merupakan pusat kepentingan.

Ketika kita berbicara tentang institusi keuangan Islam, maka isu tentang tanggung jawab sosial menjadi hal yang semakin menarik untuk diangkat. Hal ini dikarenakan filosofi yang mendasari didirikannya perbankan Islam adalah untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat luas serta meletakkan kepentingan masyarakat di atas kepentingan individu. Tidak heran jika sistem bank tanpa riba kedua yang didirikan di Mesir pada tahun 1972 diberi nama Nasser Social Bank karena institusi ini memiliki tanggung jawab sosial yang besar kepada semua *stakeholders*. Tanggung jawab terbesar adalah memberikan informasi seberapa jauh institusi ini telah menjalankan fungsinya sebagai alternatif bagi sistem ekonomi nonriba yang menekankan pada keadilan dan melarang eksploitasi serta apa pengaruh keberadaan perusahaan terhadap lingkungannya.

Perbankan syariah didirikan dengan dasar filosofi yang berbeda dengan perusahaan pada umumnya. Ia didirikan sebagai upaya memenuhi tidak hanya kebutuhan material semata. Namun, terutama kebutuhan spiritual masyarakat. Sudah sewajarnya jika penilaian terhadap kesuksesan perbankan syariah tidak hanya memperhatikan aspek material saja, melainkan juga aspek spiritual. Artinya, seberapa jauh bank tersebut telah berhasil memenuhi tujuan baik dari sisi material maupun spiritual. Untuk dapat memenuhi tujuan tersebut maka sudah seharusnya jika praktik yang dilakukan didasari oleh teori-teori yang lebih sesuai dengan filosofi perbankan syariah. Berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, tidak tepat jika praktik ini didasari oleh teori-teori kapitalis seperti teori legitimasi dan teori *stakeholders*.

Beberapa penulis seperti Gray *et al.* (1995) dan Choi (1999) menyadari bahwa tidak ada suatu teori yang spesifik yang dapat digunakan untuk menjelaskan praktik pengungkapan tanggung jawab

sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Gray *et al.* (1995) yang telah banyak menulis mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial mengatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan suatu aktivitas yang kompleks yang tidak dapat secara penuh dijelaskan dengan perspektif suatu teori tersendiri. Dalam persepsi Barat, di mana teori tanggung jawab sosial dikembangkan, etika dianggap sebagai sesuatu yang relatif; suatu praktik yang diterima dalam suatu kelompok tertentu mungkin tidak diterima dalam kelompok lain dan tidak ada persetujuan atas suatu cara yang valid untuk menentukan etika (Lewis dan Unerman, 1999). Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Gray *et al.* (1987) bahwa mengidentifikasi tanggung jawab suatu organisasi merupakan suatu hal yang problematik karena terdapat perubahan tanggung jawab sepanjang waktu dan dari suatu tempat ke tempat yang lain dan tidak ada kesepakatan untuk menentukan jawaban atas pertanyaan siapa yang berhak menentukan tanggung jawab apa yang seharusnya ada.

Pada sisi lain, dalam Islam, hak dan kewajiban individu dan organisasi terhadap pihak lain sangat jelas didefinisikan oleh agama. Islam menawarkan sebuah pandangan spiritual berdasarkan ajaran Quran dan Sunah yang memberikan kerangka filosofis alternatif yang lebih baik untuk interaksi manusia dengan alam serta sesama manusia (Ahmad, 2002). Pada kenyataannya, moral dan prinsip-prinsip etika yang berasal dari wahyu ilahi lebih kekal, abadi, dan mutlak (Ahmad, 2002; Ahmad, 2003) sehingga dapat menjadi pedoman yang lebih baik bagi perusahaan ketika melaksanakan bisnis dan tanggung jawab sosial secara bersamaan. Hal ini menjadikan Islam lebih kuat dan lebih efektif dalam menyediakan basis untuk nilai-nilai etika. Dalam Islam, tanggung jawab didefinisikan secara baik dan tidak akan berubah sepanjang waktu dan tidak dipengaruhi oleh berbedanya kerangka teori. Hal ini karena Islam adalah agama yang relevan untuk setiap masa dan setiap tempat.

Enterprise theory merupakan konsep yang banyak diajukan sebagai alternatif bagi *entitiy theory* dalam suatu sistem ekonomi Islam khususnya akuntansi syariah (Harahap, 1997; Triuwono, 2000;

Adnan, 2002). Hal ini karena *enterprise theory* mencakup aspek sosial dan pertanggungjawaban. *Enterprise theory* sendiri lahir sebagai respons atas perubahan sifat dan kondisi perekonomian di Amerika yang terjadi pada awal abad ke-20 yang juga telah mempengaruhi kondisi perusahaan. Ketika untuk pertama kalinya banyak orang Amerika menyadari bahwa perusahaan yang saat itu telah menjadi “monster raksasa” (istilah yang digunakan oleh Bakan) akan mengancam institusi sosial dan pemerintahan mereka. Pada saat itu, mulai terjadi kepemilikan secara publik sehingga timbul pemisahan antara pemilik dan manajemen. Bakan (2007) dalam bukunya *The Corporation* mengungkapkan bahwa perubahan perilaku perusahaan pada masa itu lebih disebabkan karena perusahaan mulai mengalami krisis legitimasinya yang pertama pada saat merebaknya aktivitas merger di awal abad ke-20.

Perubahan dalam struktur dan perilaku perusahaan besar yang dianggap berbeda dengan pandangan baik *proprietary theory* dan *entity theory* mendorong munculnya pemikiran baru, yaitu *enterprise theory*. Soujanen (1954) mengamati bahwa manajemen perusahaan pada masa itu mulai menunjukkan perilaku baru. Soujanen (1954) mengungkapkan bahwa laporan tahunan yang dipublikasikan oleh perusahaan-perusahaan besar mengindikasikan adanya kecenderungan terhadap konsep sosial perusahaan. Dalam laporan tahunan, ditemukan konsep-konsep baru yang digunakan perusahaan, seperti *distribution of income* dan *distribution of revenues*.

Menurut Soujanen (1954), konsep *income* yang dideskripsikan oleh perusahaan tersebut berbeda dengan konsep *income* yang biasa ada di laporan Rugi Laba. Perilaku perusahaan ini menurut Soujanen tidak tepat untuk ditempatkan dalam konteks *proprietary theory* ataupun *entity theory*. Perilaku ini menurut Soujanen (1954) dicakup dalam *enterprise theory* di mana peran manajemen berubah menjadi custodian perusahaan dengan tujuan keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan daripada hanya sekadar mewakili pemegang saham.

Perusahaan dalam hal ini menjadi pusat pengambilan keputusan bagi partisipan dalam organisasi. Soujanen (1954) mengidentifikasi para partisipan ini sebagai: pemegang saham, pegawai, kreditur, konsumen, pemerintah, dan publik. Dalam konteks, Soujanen (1954) mengenalkan konsep *value added* dan mengajukan *value added statement* sebagai suatu laporan tambahan guna menganalisis nilai tambah produksi dan distribusi di antara para partisipan organisasi. Dalam konsep teori ini yang menjadi pusat perhatian adalah keseluruhan pihak yang terlibat atau yang memiliki kepentingan baik langsung, maupun tidak langsung dengan perusahaan. *Enterprise theory* menjelaskan bahwa akuntansi harus melayani bukan saja pemilik perusahaan, tetapi juga masyarakat, akuntansi syariah sendiri seperti dikatakan Triyuwono (2006) lebih memiliki corak sosial dan berorientasi pada kepentingan *stakeholders* daripada *stockholders*.

Enterprise theory menurut Slamet (2001) dalam Triyuwono (2006) merupakan teori yang paling pas untuk akuntansi syariah karena mengandung nilai keadilan, kebenaran, kejujuran, amanah dan pertanggungjawaban. Namun, menurut Slamet (2001), *enterprise theory* masih bersifat “duniawi” dan tidak memiliki konsep tauhid. Agar konsep ini sesuai dengan syariah maka perlu diinternalisasi dengan nilai tauhid. *Shari’ah Enterprise Theory* merupakan *enterprise theory* yang telah diinternalisasi dengan nilai ketuhanan. Dalam *Shari’ah Enterprise Theory*, aksioma terpenting adalah Allah sebagai pencipta dan pemilik tunggal dari seluruh sumber daya yang ada di dunia ini sehingga yang berlaku dalam *Shari’ah Enterprise Theory* adalah Allah sebagai sumber amanah utama, 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 Pemberi Amanah.

Dalam pandangan *Shari’ah Enterprise Theory*, distribusi kekayaan atau nilai tambah tidak hanya berlaku pada para partisipan yang terkait langsung atau partisipan yang memberikan kontribusi kepada operasi perusahaan seperti: pemegang saham, kreditur, karyawan, dan pemerintah, tetapi juga kepada pihak lain yang tidak

terkait langsung atau yang tidak memberikan kontribusi baik keuangan maupun keahlian ¹ pada perusahaan. Pemikiran ini, menurut Triyuwono (2001), dilandasi premis yang mengatakan bahwa manusia itu adalah *khalifatullah fil Ardh* yang membawa misi menciptakan dan mendistribusikan kesejahteraan bagi seluruh manusia dan alam.

Dengan melihat semua karakteristik yang dimiliki oleh *Shari'ah Enterprise Theory* maka akan lebih tepat jika *Shari'ah Enterprise Theory* ini digunakan sebagai konsep untuk menjelaskan praktik ¹ *pengungkapan tanggung jawab* sosial perusahaan khususnya institusi keuangan Islam. Perbankan syariah yang didirikan dengan tujuan menjadi alternatif bagi sistem ekonomi kapitalisme mempunyai peran utama dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial serta material dan spiritual bagi seluruh *stakeholdersnya*. Pengungkapan tanggung jawab sosial akan memberikan informasi seberapa jauh perusahaan telah memenuhi peran utamanya ini. Dengan *Shari'ah Enterprise Theory*, pengungkapan tanggung jawab sosial menjadi suatu keharusan serta mengandung nilai keadilan, kebenaran, kejujuran, amanah, dan pertanggungjawaban serta didasari oleh tujuan untuk mendapatkan legitimasi dari Allah. Dengan menggunakan *Shari'ah Enterprise Theory* sebagai dasar bagi pengungkapan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan diperoleh suatu kerangka pengungkapan yang menyeluruh yang menunjukkan tanggung jawab spiritual dan material perusahaan serta melibatkan kepentingan semua *stakeholders*.

Tujuan dasar ekonomi Islam yang menekankan pada kesejahteraan masyarakat banyak telah menjadi dasar bagi dijalankannya sistem ekonomi nonriba berupa institusi perbankan syariah. Oleh sebab itu, aspek kesejahteraan sosial dalam artian material dan spiritual seharusnya menjadi pertimbangan utama dalam setiap aktivitas perbankan syariah. Pengungkapan tanggung jawab sosial dalam hal ini merupakan sarana bagi perusahaan untuk menyampaikan informasi kepada para *stakeholders* mengenai seberapa jauh perusahaan tersebut telah memenuhi kewajibannya.

Praktik pengungkapan tanggung jawab sosial yang ada sekarang ini didasari oleh teori yang penuh dengan nuansa kapitalisme yang egois dan materialis, yaitu teori legitimasi dan teori *stakeholders* yang pada akhirnya tetap berpihak pada kepentingan pemilik perusahaan sehingga teori-teori ini tidak layak dijadikan pijakan bagi praktik pengungkapan tanggung jawab sosial terutama oleh perusahaan yang mengklaim diri beroperasi berdasarkan syariah Islam. Berdasarkan hal tersebut, penulis termotivasi untuk mengembangkan suatu kerangka pengungkapan tanggung jawab sosial yang tidak hanya memuat dimensi material, tetapi juga dimensi spiritual yang seharusnya merupakan roh dari institusi keuangan Islam ini.

Bank Islam didirikan di atas dasar tujuan ekonomi Islam guna membantu mewujudkan kesejahteraan umat Islam secara khusus dan masyarakat secara umum. Hameed (2000) dalam tulisannya *From Conventional to Islamic Accounting* menyatakan bahwa tujuan syariah adalah “*to promote the welfare of the people, which lies in safeguarding their faith, their life, their intellect, their posterity and their wealth*”.

Hal ini menunjukkan bahwa kesejahteraan dalam perspektif Islam bukan hanya kesejahteraan materi semata yang dalam ekonomi kapitalis sangat individualis dan dilambungkan dengan profit. Kesejahteraan dalam perspektif Islam menyangkut baik aspek spiritual maupun material serta berkaitan dengan kepentingan banyak pihak. Salah satu cara untuk menunjukkan tanggung jawab dan komitmen bank Islam dalam memenuhi prinsip syariah adalah melalui pengungkapan informasi yang relevan dan reliabel terkait dengan tanggung jawab sosial institusi ini.

Namun demikian, banyak tulisan menunjukkan bahwa bank Islam belum memenuhi peran sosialnya seperti yang diinginkan oleh prinsip syariah. Hal ini dimungkinkan karena sejauh ini, praktik pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan masih mengacu pada teori-teori modern, seperti teori legitimasi dan teori *stakeholders* yang bermuara pada *entity theory* yang berorientasi pada profit semata. Beberapa upaya untuk mengembangkan alternatif pengungkapan dan pelaporan tanggung jawab sosial bagi institusi

keuangan Islam juga belum menunjukkan suatu kerangka pengungkapan tanggung jawab sosial yang menyeluruh. Karenanya, tulisan ini mengembangkan suatu bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial bagi bank Islam dengan didasari oleh teori yang lebih tepat digunakan dalam kerangka sistem ekonomi Islam, yaitu *Shari'ah Enterprise Theory*. Lebih detailnya buku ini akan membahas:

1. Bagaimana konsep dan karakteristik pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan *Shari'ah Enterprise Theory* bagi bank Islam?
2. Informasi apa saja terkait dengan tanggung jawab sosial yang seharusnya diungkapkan oleh bank Islam berdasarkan *Shari'ah Enterprise Theory*?

Secara keseluruhan buku ini terdiri dari tujuh bab. Adapun susunan penyajian buku ini adalah sebagai berikut: Bab pertama menjelaskan latar belakang dan tujuan perlunya mengembangkan suatu bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial bagi bank Islam. Bab kedua menjelaskan mengenai Teori Komunikasi Aksi yang digunakan sebagai alat untuk memahami realitas sosial terkait dengan tanggung jawab sosial. Selain itu, juga menguraikan mengenai *Shari'ah Enterprise Theory* sebagai instrumen untuk melakukan ekstensi atas pengungkapan tanggung jawab sosial.

Bab ketiga adalah bab yang menjelaskan dan mengkritisi dua teori utama yang berada di balik pengungkapan tanggung jawab sosial modern yaitu teori *stakeholders* dan teori legitimasi. Adapun bab keempat masih merupakan lanjutan dari bab tiga menguraikan perkembangan konseptual dan model operasional dari pengungkapan tanggung jawab sosial yang telah dirintis oleh para penulis sebelumnya.

Bab lima menyajikan perkembangan topik tanggung jawab sosial di dunia dan di Indonesia. Sementara pada bab enam menyajikan konsep pengungkapan tanggung jawab sosial yang dikembangkan oleh penulis dengan menggunakan pendekatan teori kritis yang berbasiskan spiritualitas. Sebagai hasil akhir, bab ini menyajikan suatu bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial yang

baru yang mengedepankan kesejahteraan bagi semua pihak, *rahmatan lil alamiin*. Bab tujuh merupakan bab penutup yang menyimpulkan isi buku ini secara keseluruhan.

2.

JALAN KRITIS PENGUNGKAPAN CSR BERDIMENSI SPIRITUAL

Dan (ingatlah) ketika Tuhanmu mengeluarkan dari Bani Adam
keturunannya dari sulbinya, dan menyuruh mereka bersaksi
terhadap diri mereka sendiri,
"Bukankah Aku ini Tuhanmu?"
Mereka menjawab,
"Ya, kami bersaksi!"
(Q.S. Al A'raf: 172)

Sebagaimana telah dijelaskan dalam bab terdahulu, tulisan ini menawarkan suatu bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial yang memuat informasi pertanggungjawaban sosial bagi bank Islam serta memiliki nilai material dan spiritual. Untuk menghasilkan hal tersebut, penulis melakukan ekstensi atas konsep dan bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial yang ada dengan menggunakan *Shari'ah Enterprise Theory*. Ekstensi dalam hal ini diperlukan guna mendapatkan bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial yang memiliki dimensi material dan spiritual sesuai fungsi bank Islam sebagai sarana untuk mewujudkan kesejahteraan bagi masyarakat Islam. Ekstensi dilakukan dengan menengahkan nilai-nilai spiritual yang selama ini terpinggirkan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan khususnya bank Islam.

Ekstensi atas konsep dan bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial perlu dilakukan karena teori yang menjadi dasar praktik pengungkapan tanggung jawab sosial selama ini, yaitu teori legitimasi dan teori *stakeholders* adalah teori yang sarat dengan nilai-nilai materialisme. Sebagai akibatnya, hal ini mempengaruhi cara pandang perusahaan terhadap kegiatan tanggung jawab sosial itu sendiri maupun terhadap pengungkapannya. Praktik pengungkapan tanggung jawab sosial di bank Islam yang masih mengacu pada konsep pengungkapan modern cenderung hanya mengungkapkan informasi yang bersifat material dan informasi yang memberikan gambaran yang positif saja tentang perusahaan. Nilai-nilai spiritual yang dapat membentuk kesejahteraan secara utuh menjadi sesuatu yang terabaikan dalam organisasi yang didirikan dengan mengatasnamakan agama.

Untuk dapat melakukan ekstensi, diperlukan suatu metodologi. Metodologi menurut Muhadjir (2000: 5) merupakan bagian dari ilmu pengetahuan yang mempelajari bagaimana prosedur kerja mencari kebenaran. Menurut Suriasumantri (1985: 328), metodologi adalah pengetahuan tentang metode-metode.

Selain metode dan tujuan, hal yang penting dipahami berkaitan dengan perspektif atau paradigma yang dianggap dapat menjelaskan fenomena yang diteliti secara akurat. Triyuwono (2000) mengatakan bahwa setiap perspektif atau paradigma memiliki karakter yang berbeda dan unik. Secara implisit, dapat dikatakan bahwa suatu perspektif atau paradigma tidak dapat digunakan untuk menyelesaikan semua persoalan keilmuan dan persoalan praksis. Tetapi masing-masing paradigma dengan kekhasan yang dimiliki mampu menyelesaikan persoalan-persoalan tertentu.

Paradigma seperti dikatakan oleh Salim (2001: 34) adalah basis kepercayaan utama dari sistem berpikir: basis dari ontologi, epistemologi dan metodologi. Paradigma memuat pandangan awal yang membedakan, memperjelas, dan mempertajam orientasi berpikir seseorang. Ritzer (2003) mendefinisikan paradigma sebagai pandangan mendasar ilmuwan tentang apa yang menjadi pokok

persoalan yang semestinya dipelajari oleh suatu cabang ilmu pengetahuan. Ada banyak definisi mengenai paradigma. Namun, secara umum, seperti dikatakan Neumann (2000: 65) bahwa paradigma adalah:

"a whole system of thinking, it includes basic assumptions, the important questions to be answered or puzzled to be solved, the research techniques to be used and examples of what go scientific research looks like"

Neumann (2000) mengelompokkan paradigma dalam tiga pendekatan, yaitu *positivism*, *interpretive social science* dan *critical social science*. Masing-masing pendekatan berhubungan dengan tradisi yang berbeda dalam teori sosial dan teknik riset yang berbeda. Burrell dan Morgan (1979: 22) melakukan pengelompokan paradigma sebagai: *functionalist paradigm*, *interpretive paradigm*, *radical humanism paradigm*, dan *radical structuralist paradigm*. Chua (1986) dan Sarantakos (1993) seperti diuraikan Triyuwono (2000) juga mengelompokkan paradigma dalam tiga kelompok, yaitu *positivism*, *interpretive social science* dan *critical social science*. Selanjutnya Triyuwono (2000) menjelaskan adanya paradigma keempat yang mencoba meletakkan dirinya di luar paradigma modern, yaitu *posmodernisme*.

Positivisme atau fungsionalisme merupakan paradigma ilmu pengetahuan yang paling awal muncul dalam dunia ilmu pengetahuan. Keyakinan dasar aliran ini adalah berakar dari paham ontologi realisme yang menyatakan bahwa realitas ada dalam kenyataan yang berjalan sesuai dengan hukum alam. Paradigma interpretif menggunakan cara pandang para nominalis yang melihat realitas sosial sebagai sesuatu yang tidak lain adalah label, nama atau konsep yang digunakan untuk membangun realitas. Realitas sosial menurut paradigma ini adalah kenyataan yang dialami secara internal, dibangun melalui interaksi sosial dan diinterpretasi oleh manusia sebagai aktor yang membangun realitas. Jika positivis melihat realitas dalam struktur objektif dan interpretif melihat dengan cara subjektif maka paradigma kritis melihat realitas sosial di antara keduanya.

Realitas sosial menurut paradigma ini tidak diciptakan oleh alam, tetapi diciptakan oleh manusia. Manusia menurut paradigma ini dipersepsikan sebagai makhluk yang memiliki potensi yang besar untuk berkreasi dan melakukan penyesuaian. Bagi paradigma posmodernisme, realitas merupakan hasil dari proses interaksi dan dari proses *agreement* dari sebuah komunitas yang dianggap normal dalam konteks tertentu (Rosenau, 1992 dalam Triyuwono, 2000). Selain itu, posmodernisme mengakui adanya realitas lain selain realitas materi dalam kehidupan manusia. Posmodernisme lebih jauh dijelaskan Triyuwono (2000) memahami dan mengakui realitas-realitas tadi sebagai suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan.

Berangkat dari pemahaman mengenai paradigma di atas dan dalam upaya melakukan ekstensi atas bentuk **pengungkapan tanggung jawab sosial yang** mengandung **nilai-nilai syariah** maka tulisan ini meminjam istilah yang digunakan Hardiman (1990) berusaha mempertautkan kehidupan dan kepentingan dengan menggunakan salah satu pemikiran yang termasuk dalam *critical theory*, yaitu pemikiran Habermas mengenai *lifeworld* dalam teori komunikasi aksinya. Pada teori kritis, dikatakan oleh Muhadjir (2002: 21) bahwa *weltanschauung* keadilan menjadi titik berangkat telaah. Menggunakan pendekatan teori kritis berarti menggunakan bukti-bukti ketidakadilan sebagai awal telaah, dilanjutkan dengan merombak struktur atau sistem ketidakadilan dan membangun konstruksi baru yang menampilkan sistem yang adil. Digunakannya teori legitimasi dan teori *stakeholders* dalam praktik pengungkapan tanggung jawab sosial telah menimbulkan ketidakadilan dalam arti pengungkapan hanya berpihak pada kelompok *stakeholders* tertentu dengan mengabaikan kepentingan kelompok lain sehingga yang timbul adalah ketimpangan informasi.

Dalam upaya untuk menyeimbangkan informasi pengungkapan tanggung jawab sosial agar berpihak pada semua *stakeholders* serta memuat informasi yang punya dimensi material dan spiritual sesuai dengan tujuan bank Islam maka suatu ekstensi atas konsep dan bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial perlu dilakukan. Sesuai

dengan tujuan penulisan, penulis memandang bahwa konsep dan bentuk pengungkapan tidak hanya akan diturunkan melalui teori, melainkan juga dengan memahami serta mengakomodasi kepentingan-kepentingan dari pihak yang terkait dalam hal ini para *stakeholders*. Konsep dan bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial diharapkan akan merupakan suatu perpaduan yang harmoni antara apa yang seharusnya menurut teori dan apa yang sebaiknya menurut kepentingan *stakeholders*. Untuk itulah maka penulis memandang pemikiran Habermas mengenai *lifeworld* merupakan gambaran yang tepat dengan apa yang ingin dicapai dalam buku ini.

2.1. Teori Kritis Habermas: Jalinan Pengetahuan dan Kepentingan

Seperti kita ketahui bahwa Jurgen Habermas adalah salah satu tokoh pendukung teori kritis yang berusaha memperbaiki Teori Kritis Mazhab Frankfurt. Habermas melukiskan teori kritis sebagai suatu metodologi yang berdiri di dalam ketegangan dialektis antara filsafat dan ilmu pengetahuan. Teori kritis hendak menembus realitas sosial sebagai fakta sosiologis guna menemukan kondisi yang bersifat transendental dan empiris. Dengan demikian, teori kritis merupakan dialektika antara pengetahuan yang bersifat transendental dan empiris. Teori Kritis dikatakan Hardiman (1990) membawa misi emansipatoris untuk mengarahkan masyarakat menuju masyarakat yang lebih rasional melalui refleksi diri.

Sama seperti pendahulunya di dalam Mazhab Frankfurt, Habermas hendak membangun sebuah teori dengan maksud praksis. Habermas berusaha merumuskan kembali teori-teori Marxis dengan landasan epistemologi baru sehingga teori-teori itu dapat mendorong suatu praksis. Suatu teori dengan maksud praktis memerlukan pelaku-pelaku praksis yang menjadi alamat bagi teori-teori itu. Habermas mengamatkan teorinya pada rasio manusia. Dalam pandangan Habermas, rasio mendapat pemahaman baru, yaitu sebagai sesuatu yang berkaitan dengan kemampuan linguistik manusia. Sebagai ganti paradigma kerja, Habermas mengacu pada paradigma komunikasi.

Implikasi dari paradigma baru ini adalah memahami praksis emansipatoris sebagai dialog-dialog komunikatif dan tindakan-tindakan komunikatif yang menghasilkan pencerahan.

Dalam buku *The Theory of Communicative Action*-nya, Habermas menganalisis interaksi sosial dan menyebutnya sebagai *lifeworld*. *Lifeworld*-nya secara sederhana diartikan oleh Sawarjuwono (1995) sebagai: “*interactions which are based on immaculate interest and needs inherent in human beings and aimed at reaching towards mutual understanding*”.

Dalam hal ini, segala sesuatu kehidupan atau aktivitas manusia dapat dilihat sebagai suatu interaksi yang mengikuti mekanisme *lifeworld*, semua yang dilakukan oleh manusia adalah suatu interaksi sosial.

Interaksi sosial dalam *lifeworld* menurut Habermas dapat dibagi menjadi dua kelompok yaitu: 1) interaksi yang mengikuti kebutuhan sosial alami (*social integration*) dan 2) interaksi yang dipengaruhi oleh mekanisme sistem (*system integration*). *Social integration* menggambarkan interaksi sosial yang terjadi di masyarakat yang dilakukan karena kebutuhan alami, dalam hal ini untuk memenuhi kebutuhan dasarnya. Terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai suatu *knowledge* maka hal ini juga dapat dilihat sebagai suatu interaksi sosial. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat dijelaskan menurut pemikiran Habermas tersebut. Teori-teori terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial termasuk dalam hal ini *Shari'ah Enterprise Theory* menjelaskan secara normatif bagaimana praktik pengungkapan tanggung jawab sosial. Mekanisme ini mengikuti proses *social integration*, yakni *what should be*. Tetapi dalam kenyataannya, kebijakan pengungkapan akan mengikuti kepentingan (*interest*) berbagai pihak, adanya proses prioritas bahkan tidak jarang kepentingan yang tersembunyi membuat berbagai pihak ini memilih kebijakan pengungkapan tertentu.

Proses menentukan apa yang ingin diungkapkan terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan menurut kaca mata Habermas

adalah interaksi sosial yang mengikuti *system integration*. Dengan kata lain, *system integration* adalah interaksi sosial yang sudah tidak murni karena adanya suatu *interest* tertentu. Di dalam mekanismenya, menurut Habermas, *system integration* ini pasti dipengaruhi oleh *steering media*, yaitu *money* dan *power mechanisme*. Uang (profit) dalam hal ini mempunyai kekuatan di dalam proses pengambilan keputusan berkaitan dengan tanggung jawab sosial apa yang harus diungkapkan kepada *stakeholders*, begitu juga halnya dengan kekuasaan (*power*) sehingga menurut Habermas interaksi sosial pasti dipengaruhi oleh *money* dan *power mechanism* ini.

Positivisme sebagaimana diuraikan oleh Hardiman (1990: 127) telah menunjukkan watak-watak ideologinya karena mengklaim bahwa metodologi ilmiah sebagai satu-satunya bentuk pengetahuan yang mungkin tentang kenyataan. Positivisme merupakan puncak pembersihan pengetahuan dari kepentingan dan awal pencapaian cita-cita untuk memperoleh pengetahuan demi pengetahuan, yaitu teori yang dipisahkan dari praksis hidup manusia. Dengan menyingkirkan pengetahuan yang melampaui fakta, positivisme mengakhiri riwayat ontologi atau metafisika, karena ontologi menelaah apa yang melampaui fakta indrawi. Dengan keyakinan ini positivisme telah menutup jalan refleksi bagi dirinya sendiri.

Kant seperti dikatakan oleh Hardiman (1990) menunjukkan bahwa pengetahuan merupakan unsur sintesis antara unsur-unsur apriori (lepas dari pengalaman) dan aposteriori (berdasarkan pengalaman). Untuk memperoleh pengetahuan rasional menurut Kant rasio kita menempuh tiga tahap refleksi, yaitu tahap pengetahuan indrawi, tahap akal budi dan tahap rasio. Pada tahap rasio ini, ide-ide yang menjadi kerangka acuan bersintesis dengan proposisi-proposisi menghasilkan argumen-argumen rasional. Menurut Kant inilah pengetahuan teoretis murni. Refleksi Kant ini merupakan refleksi transendental karena mencari syarat-syarat terdalam atau syarat dari segala syarat dari pengetahuan kita. Dalam pandangan Kant, pengetahuan indrawi menjadi norma bagi segala kegiatan pengetahuan kita. Kant memisahkan pengetahuan teoretis murni

(ilmu) dari pengetahuan praktis tentang apa yang seharusnya kita perbuat. Dalam pandangan Kant pengetahuan teoretis tidak mempunyai implikasi apa-apa bagi sikap atau tindakan hidup sehari-hari demikian juga sebaliknya.

Pandangan Kant ini lebih lanjut diuraikan Hardiman (1990) berbeda dengan pendapat Hegel yang mengatakan bahwa setiap pengetahuan teoretis baru menghasilkan praktis tertentu. Berbeda dengan Kant, dalam pandangan Hegel pengetahuan kritis justru dihasilkan oleh kesadaran yang telah menyadari asal usulnya dan proses pembentukan dirinya. Karena kesadaran akan asal usulnya maka pengetahuan kita menjadi kritis. Kritik yang menjadi radikal ini adalah metakritik. Kritik pengetahuan tidak hanya kritis terhadap pengetahuan melainkan juga terhadap dirinya sendiri. Unsur metakritik ini memegang peranan kunci dalam teori kritis Habermas. Kritik pengetahuan Hegel ini dilakukan dengan pendekatan fenomenologi yang berarti 'pengalaman kesadaran' atau 'pengalaman refleksi'. Hegel menyatakan bahwa kesadaran kritis yang dihasilkan lewat tahap-tahap refleksi ini merupakan pengetahuan absolut. Dalam hal ini Habermas tidak sependapat dengan Hegel, menurut Habermas dengan mengklaim kesadaran kritis sebagai pengetahuan absolut, fenomenologi bukannya meradikalkan epistemologi melainkan menyudahinya.

Marx kemudian seperti dijelaskan oleh Hardiman (1990) melanjutkan usaha meradikalkan kritik pengetahuan ini. Menurut Marx kesadaran kritis harus diarahkan kepada masyarakat yang tertindas dan terasing. Jika Hegel berpendapat bahwa yang nyata adalah pikiran dan kenyataan tak lain adalah pikiran maka Marx menyatakan bahwa pikiran tergantung pada alam dan bukan sebaliknya. Menurut Habermas jika Hegel menempatkan pengetahuan dalam konteks pembentukan diri dari kesadaran, Marx menempatkan pengetahuan kita dalam proses-proses material yang terjadi dalam masyarakat yang konkret. Proses-proses material ini adalah suatu aktivitas indrawi manusia atau kerja. Untuk mengejawantahkan pikiran dalam alam, pikiran harus diperantarai kerja. Marx memandang kerja sebagai kategori epistemologi di mana pengetahuan

diperoleh dan diwujudkan dalam dan melalui kerja, karenanya pengetahuan berkaitan dengan praksis. Dalam hal ini Marx memandang kerja sebagai paradigma pengetahuan. Menurut Habermas inilah konsep implisit tentang sintesis dalam materialisme Marx: sintesis antara manusia dan alam melalui kerja. Sintesis melalui kerja adalah pengetahuan yang bertautan dengan praksis.

Habermas sebagaimana dijelaskan Hardiman (1990: 2003) mengatakan bahwa sintesis melalui kerja dimungkinkan oleh apa yang disebut Habermas 'kategori-kategori tindakan instrumental'. Kategori-kategori ini tidak hanya bersifat transendental melainkan juga empiris. Penemuan Habermas tentang aspek-aspek transenden dan empiris dalam kritik pengetahuan Marx ini sangat penting artinya bagi Teori Kritis-nya. Dengan pandangannya tentang sintesis melalui kerja, Marx menemukan apa yang disebut Habermas epistemologi instrumental. Epistemologi ini berusaha menemukan struktur-struktur transendental dari proses-proses kerja. Hanya dalam proses-proses kerja itu penataan pengalaman dan objektivitas pengetahuan kita menjadi mungkin. Dengan demikian sistem kerja sosial menentukan pengetahuan kita.

Habermas berbicara tentang adanya bentuk pengetahuan yang mau tak mau mengaitkan pengetahuan dan kepentingan, teori dan praksis secara langsung. Bentuk pengetahuan itu adalah pengetahuan tentang diri yang dihasilkan oleh refleksi diri. Proses refleksi diri ini menurut Habermas dibimbing oleh kepentingan kognitif yang disebutnya "kepentingan emansipatoris". Di dalam kegiatan refleksi diri menurut Habermas kita tidak hanya memiliki kesadaran baru tentang diri kita sendiri, melainkan juga bahwa kesadaran baru itu mengubah hidup eksistensial kita sendiri. Refleksi diri lebih lanjut diuraikan Habermas adalah kegiatan kognitif yang memuat kekuatan emansipatoris karena kegiatan ini didorong oleh kepentingan yang inheren di dalam rasio kita sendiri, yakni kepentingan emansipatoris.

"Sebagai tindakan emansipatoris kepentingan mendahului refleksi diri sebagaimana kepentingan itu merealisasikan dirinya di dalam kekuatan emansipatoris dari refleksi diri" (Hardiman, 1990: 170).

Dalam ungkapan lain Habermas juga menyatakan "...dalam kekuatan refleksi diri, pengetahuan dan kepentingan adalah satu" (Hardiman, 1990: 170). Dalam hal ini kepentingan emansipatoris yang membimbing refleksi diri bersifat konstitutif baik bagi pengetahuan maupun bagi praksis. Dengan demikian kepentingan emansipatoris yang membimbing refleksi juga terwujud di dalam praksis sosial.

2.2. Teori Komunikasi Aksi: Suatu Kerangka Analisis

Teori Komunikasi Aksi digunakan sebagai kerangka untuk menganalisa masalah terkait praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Untuk memahami proses sosial, Habermas (1983) mengatakan bahwa kita harus mengubah paradigma dasar dari proses sosial. Untuk melakukan hal ini terdapat dua tahap yang harus diikuti. Pertama, kita harus mengerti ide komunikasi aksi dan kedua kita harus memegang perspektif *lifeworld* dan teori sistem.

Teori Komunikasi Aksi merupakan teori yang memandang masyarakat melalui paradigma komunikasi. Dalam teori ini, menurut Sawarjuwono (1995), terdapat beberapa konsep fundamental yang dapat diterapkan. Pertama adalah peran dari aktor manusia (*human actors*) dalam kerangka hubungan antar subjek untuk mencapai suatu kesepakatan. Teori ini memberikan penekanan yang lebih atas pentingnya interaksi antara *human actors* dan alasannya. Mekanisme tindakan sosial ini berasal dari konsep kedua, yaitu rasionalitas. Tindakan sosial dianggap rasional jika bertujuan untuk mengoordinasikan tindakan mendatang yang dipengaruhi melalui pencapaian pemahaman bersama (*mutual understanding*). Konsep ketiga adalah cara memandang proses sosial. Proses sosial menurut Habermas dapat dilihat sebagai dua analisis konseptual yaitu "*lifeworld*" dan "*system mechanism*". Ini merupakan konsep yang memandang tindakan sosial sebagai *lifeworld* dari kelompok sosial di mana tindakan dikoordinasikan melalui orientasi tindakan yang harmonis. Konsep kedua sebagai *self regulating system* di mana tindakan dikoordinasikan melalui interkoneksi fungsi dari konsekuensi tindakan. Karenanya anggota masyarakat bertindak dan

berperilaku untuk menyesuaikan dengan sistem sosial yang sudah ada. Konsep keempat dari teori komunikasi aksi adalah *steering media*, secara khusus *money* dan *power*. Konsep ini memandang adanya mekanisme lain yang mempengaruhi proses sosial. *Lifeworld* dan sistem dipengaruhi oleh media yang berbeda.

Dalam proses sosial, *human actors* seperti dikatakan Habermas, memegang peranan dalam mengoordinasikan tindakannya. Semua pihak yang berpartisipasi mempengaruhi proses pencapaian pemahaman dengan menjustifikasi alasannya. Konsep kedua yaitu rasionalitas berhubungan dengan makna dari komunikasi aksi itu sendiri. Komunikasi aksi dapat dijelaskan sebagai teori yang menjelaskan proses sosial, interaksi antara individu anggota masyarakat. Interaksi ini memberikan kesempatan kepada para anggota masyarakat untuk mengekspresikan argumennya dalam upaya mencapai pemahaman. Dengan kata lain seperti dijelaskan Sawarjuwono (1995) tindakan sosial didasari oleh pemahaman dan kesepakatan yang dimotivasi secara rasional. Habermas menyebut ini sebagai proses komunikasi secara rasional.

Rasionalitas dalam teori komunikasi aksi menekankan pada peran *human actors* dan alasannya. Berkaitan dengan terminologi rasionalitas, Habermas membedakan dua tindakan dasar manusia, yaitu tindakan rasional bertujuan dan interaksi atau tindakan komunikatif. Tindakan rasional bertujuan atau *instrumental action* seperti dikatakan oleh Habermas:

“Dengan kerja atau tindakan rasional bertujuan saya memahami tindakan instrumental atau pemilihan rasional atau gabungan keduanya” Tindakan instrumental ditentukan oleh aturan-aturan teknis yang berdasarkan pengetahuan empiris. Di dalam setiap hal aturan-aturan itu menyatakan prediksi-prediksi bersyarat tentang peristiwa-peristiwa fisis atau sosial yang dapat diamati. Prediksi-prediksi ini dapat membuktikan tepat atau keliru. Kelakuan pemilihan rasional ditentukan oleh strategi-strategi yang didasarkan atas pengetahuan analitis. Strategi-strategi itu menyatakan tak langsung deduksi-deduksi dari aturan-aturan preferensi (sistem-sistem nilai) dan

prosedur-prosedur pengambilan keputusan; proposisi-proposisi ini baik dideduksikan secara tepat atau keliru. Tindakan rasional bertujuan menentukan tujuan-tujuan di bawah kondisi-kondisi yang telah ada. Tetapi tindakan instrumental mengatur sarana-sarana yang cocok atau tidak cocok menurut kriteria penguasaan efektif atas kenyataan, tindakan tergantung hanya pada evaluasi yang tepat atas pemilihan-pemilihan alternatif yang mungkin, yang dihasilkan dari kalkulasi yang ditambahkan oleh nilai-nilai dan norma-norma” (Hardiman, 1990: 90).

Sedangkan berkaitan dengan komunikasi atau interaksi Habermas menjelaskan:

“Dengan interaksi di lain pihak, saya maksudkan tindakan komunikatif, interaksi simbiolis. Tindakan komunikatif itu ditentukan oleh norma-norma konsensual yang mengikat yang menentukan harapan timbal balik mengenai tingkah laku dan yang harus dimengerti dan diketahui oleh dua subjek yang bertindak. Norma-norma sosial diberlakukan lewat sanksi-sanksi. Makna dari norma-norma itu diobjektifkan dalam komunikasi lewat bahasa sehari-hari. Kesahihan aturan-aturan teknis dan strategi-strategi tergantung pada kesahihan proposisi-proposisi yang secara analitis tepat dan secara empiris benar, kesahihan norma-norma sosial didasarkan hanya dalam intersubjektivitas saling pemahaman maksud-maksud dan diamankan oleh pengetahuan umum mengenai kewajiban-kewajiban” (Hardiman, 1990: 90)

Tindakan rasional bertujuan maupun tindakan komunikatif adalah tindakan dasar manusia dalam kehidupannya. Yang pertama adalah tindakan dasar dalam hubungan manusia dengan alamnya sebagai objek manipulasi. Yang kedua merupakan tindakan dasar dalam hubungan manusia dengan sesamanya sebagai subjek. Tindakan manusia terhadap alam bersifat monologal, sedangkan tindakannya terhadap sesamanya bersifat dialogal karena manusia berinteraksi melalui simbol-simbol yang dipahami secara intersubjektif.

Konsep penting berikutnya dari teori komunikasi aksi adalah proses sosial di mana Habermas menunjukkan adanya pemisahan

antara *lifeworld* dan *system mechanism*. *Lifeworld* seperti didefinisikan Habermas merupakan

"The transcendental site where the speaker and hearer meet, where they can reciprocally raise claims that their utterances fit the world (objective, social or subjective), and where they can criticize and confirm those validity claims, settle their disagreements and arrive at agreement" (Habermas, 1983: 126).

Lifeworld ini secara sederhana diartikan oleh Sawarjuwono (1995: 13) sebagai:

"Interactions which are based on immaculate interest and needs inherent in human beings and aimed at reaching towards mutual understanding".

Sehingga segala sesuatu kehidupan atau aktivitas manusia dapat dilihat sebagai suatu interaksi yang mengikuti mekanisme *lifeworld*. Manusia melakukan bisnis, belajar ataupun berorganisasi adalah cerminan suatu interaksi sosial. *Lifeworld* lebih lanjut dijelaskan Habermas terdiri dari dua struktur, yaitu *symbolic* dan *material reproductions*. Struktur *symbolic reproduction* dihasilkan melalui keberlanjutan mencari pengetahuan yang valid, stabilisasi solidaritas kelompok, dan sosialisasi aktor yang bertanggung jawab. *Material reproduction* mengambil tempat melalui media tindakan bertujuan di mana individu-individu melakukan intervensi dalam *lifeworld* untuk merealisasikan tujuannya. Proses reproduksi ini berlangsung terus dan karenanya *lifeworld* selalu berubah, jelas Habermas.

Melalui mekanisme sistem, Habermas ingin menjelaskan bahwa sistem merujuk kepada tindakan yang terkoordinasi melalui keberadaan institusi, struktur normatif terutama melalui *steering media*, yaitu *money* dan *power*. Penjelasan ini berkaitan dengan konsep keempat dari teori komunikasi aksi bahwa ada media lain yang mempengaruhi interaksi sosial. Kedua media ini, yaitu *money* dan *power* mempengaruhi interaksi sosial dalam berbagai bentuk. *Money* mempengaruhi keputusan dalam terminologi pertimbangan profit and loss serta perhitungan ekonomis yang lain, *power* mempengaruhi interaksi melalui tekanan institusi ataupun

administrasi dan birokrasi. Namun demikian, menurut Habermas, hanya *material reproduction* yang dapat dipengaruhi oleh *steering media*.

Setelah bicara panjang lebar mengenai konsep dasar teori komunikasi aksi, mengenai bagaimana Habermas memandang suatu proses sosial, dapat coba dijelaskan secara ringkas bahwa proses sosial dibentuk melalui interaksi sosial. *Lifeworld* dalam hal ini terbentuk dari interaksi sosial yang terdiri dari dua hal yaitu *symbolic* dan *material reproduction*. *Symbolic reproduction* dapat berupa *knowledge*, sedangkan *material reproduction* yang merupakan tindakan bertujuan dapat berwujud keputusan, aturan dan sebagainya. *Symbolic reproduction* dan *material reproduction* keduanya merupakan hasil dari *social integration* dan *system integration*. *Social integration* dapat dipahami sebagai pengetahuan (*knowledge*), *system integration* merupakan praksis. Baik *knowledge* maupun praksis merupakan hasil dari suatu refleksi diri yang berawal dari adanya kepentingan yang membebaskan.

2.3. CSRD sebagai Suatu *Lifeworld*

Pada bagian ini, penulis mencoba untuk memahami realitas mengenai *Corporate Sosial Responsibility Disclosure* (CSRD) dengan menggunakan kacamata Habermas mengenai *lifeworld*. CSRD yang berakar pada *Social Responsible Accounting* merupakan suatu konsep mengenai bagaimana perusahaan seharusnya bertindak terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dalam hal ini dapat dipahami sebagai suatu bentuk *social integration* yang merupakan hasil dari suatu refleksi diri di mana diri dalam hal ini memiliki kesadaran baru untuk mengubah eksistensinya.

Dunia bisnis secara umum seperti diuraikan Frederick *et al.* (1988) menghadapi kondisi yang menghendaki adanya suatu refleksi diri. Dunia bisnis dikatakan oleh Fredericks "*has no choice*" yang mana mereka tidak dapat lari dari kondisi sosial dan lingkungan yang semakin kompleks. Para pemimpin bisnis harus belajar bagaimana mereka dapat beroperasi dalam kondisi yang semakin kompleks.

Keputusan yang mereka ambil dan rencana-rencana strategi masa depan sepenuhnya tergantung terhadap pengetahuan mereka atas kondisi sosial lingkungan. Proses refleksi diri ini tergambar dalam puisi yang dikutip oleh Gray *et al.* (1996: 1) berikut ini:

*How can we dance when our earth is turning?
How do we sleep while our beds are burning?
The time has come to say 'fair's fair'.
To pay the rent, to pay our share.
The time has come, a fact's a fact.
It belongs to them, let's give it back*

(Midnight oil, 1987 on Aboriginal land right)

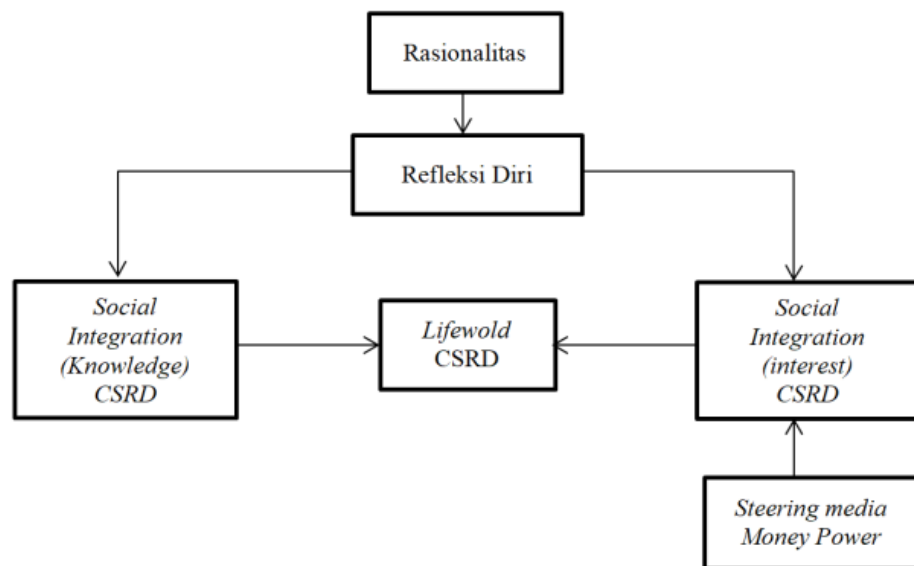
Keterkaitan akuntansi dengan terjadinya perubahan pola pikir masyarakat luas telah diringkaskan dengan sangat baik oleh Goldberg dalam Mathews (1993: 2):

"This evolution has followed the pattern of responses to external influences which is present in all organic development and, as in the growth of organism, the essence of later developments has been present in earlier stages of existences. It seems most unlikely that this evolution has reached its end; as we work and study new phases of development appear to be arising. Thus economist and statisticians are beginning to explore the social implications of the technique accounting and the economic influences of its concepts and procedures, and the social responsibilities of accountants are continually increasing"

Akuntansi sosial seperti dikatakan oleh Gray *et al.* (1996) merupakan usaha untuk memberikan akun-akun tambahan yang dapat menangkap konsekuensi dari tindakan ekonomi yang tidak terefleksikan dalam biaya yang ditanggung oleh organisasi yang menikmati manfaat dari aktivitas. Usaha ini dapat dipandang sebagai suatu *social integration* yang muncul dari proses refleksi diri. Di sisi lain praktik pengungkapan tanggung jawab sosial terkait dengan kebijakan untuk memilih informasi apa saja yang harus diungkapkan dapat dipandang sebagai suatu *system integration* yang dipengaruhi oleh banyak *interest* khususnya *money* dan *power*. Praktik pengungkapan tanggung jawab sosial melibatkan kepentingan-

kepentingan *human actors* yang terutama dipengaruhi oleh kepentingan pemilik perusahaan yang berujung pada profit. *Social integration* dan *system integration* inilah yang membentuk *lifeworld* dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Gambar berikut ini merupakan pemahaman penulis atas CRSD sebagai suatu *lifeworld* dengan menggunakan kacamata Habermas.

Gambar 2.1. Pengungkapan CSR sebagai “*Lifeworld*”



Seperti diuraikan Habermas bahwa proses reproduksi yang berlangsung dalam *lifeworld* berlangsung secara terus menerus karenanya *lifeworld* akan selalu berubah. Proses refleksi diri dalam hal ini akan berlangsung terus dan merupakan suatu hal transendental yang berusaha untuk menemukan suatu *lifeworld* yang lebih baik.

Dengan memahami bahwa *lifeworld* merupakan realitas yang selalu berubah maka penulis memahami bahwa CRSD yang dengan menggunakan kacamata Habermas adalah *lifeworld* juga akan berubah dalam upaya menghasilkan suatu *lifeworld* yang lebih baik. Inilah yang coba ditawarkan dalam buku ini, yaitu suatu *lifeworld* CRSD yang lebih baik yaitu *lifeworld* yang berdimensi spiritual.

2.4. Menggali Nilai-Nilai Spiritual: Upaya untuk Menghasilkan *Lifeworld* yang Berdimensi Spiritual

Lifeworld dalam pandangan Habermas merupakan hasil refleksi diri yang berawal dari adanya *interest* emansipatoris. Konsep refleksi diri Habermas dipengaruhi secara kuat oleh pemahamannya mengenai rasionalitas. Proses refleksi diri ini seperti diuraikan oleh Habermas dibimbing oleh kepentingan kognitif yaitu “kepentingan emansipatoris”. Kepentingan emansipatoris bersifat derivatif dan mendasar. Kepentingan emansipatoris inilah yang membimbing refleksi diri untuk menghancurkan dogmatisme dan ideologi dalam berbagai perwujudannya. Inilah kepentingan rasio yang sesungguhnya menurut Habermas. Kepentingan emansipatoris merupakan kepentingan dasar dari rasio. Pemikiran Habermas ini menunjukkan bahwa *lifeworld* yang merupakan hasil refleksi diri berakar dari kepentingan rasio. Hal ini tidak mengherankan karena seperti para pendahulunya Adorno dan Horkheimer, Habermas memahami pencerahan sebagai usaha keras dari rasio untuk membebaskan dirinya dari mitos yang terjadi sepanjang sejarah pemikiran. Seperti dikatakan oleh Triyuwono (2006) bahwa “berpikir rasional” atau “rasio” merupakan jargon utama yang digunakan sejak zaman pencerahan. Rasio dipandang sebagai alat untuk mencapai kedewasaan yaitu situasi kemandirian “diri” atau “pembebasan diri” dari otoritas yang berada di luar dirinya.

Untuk dapat menghasilkan suatu *lifeworld* yang berdimensi spiritual, maka jelas bahwa teori komunikasi aksi yang dilontarkan oleh Habermas tidak sepenuhnya dapat diaplikasikan. Habermas tidak pernah bicara tentang adanya *interest* lain di luar *interest* emansipatoris yang berakar pada rasio. Habermas juga tidak pernah bicara mengenai tindakan dasar manusia dengan Tuhan. Dalam teorinya mengenai tindakan dasar manusia Habermas hanya bicara mengenai dua tindakan dasar manusia yaitu tindakan rasional bertujuan dan interaksi atau tindakan komunikatif. Jika tindakan rasional bertujuan adalah tindakan dasar dalam hubungan manusia dengan alamnya sebagai objek manipulasi maka tindakan interaksi

merupakan tindakan dasar dalam hubungan manusia dengan sesamanya sebagai subjek.

Karenanya tidak heran pula jika menurut Habermas, *money*, dan *power* adalah media yang mempengaruhi *interest*. *Interest* dalam kacamata Habermas hanya dipengaruhi oleh kedua hal ini. *Money* dan *power mechanism* ini adalah dua hal yang terkait dengan *interest* dari sisi materi. Pendapat bahwa *money* dan *power mechanism* akan mempengaruhi proses komunikasi dalam menentukan *interest* telah menepikan adanya mekanisme lain yang mempengaruhi proses komunikasi dalam sistem integrasi. Dalam dunia yang dikuasai oleh pandangan materialisme, dapat jadi pandangan Habermas ini tidak keliru. Upaya Habermas untuk menembus realitas sosial sebagai fakta sosiologis dan menemukan kondisi-kondisi yang bersifat transendental yang melampaui data empiris masih terbatas dalam dunia materi.

Kenyataan yang berkembang sejauh ini menunjukkan bahwa ada mekanisme lain yang mempengaruhi *system integration* yang turut berperan dalam membentuk *lifeworld*. Sebut saja contohnya tulisan dua profesor dari Stanford University, James C. Collins dan Jerry I. Porras yang menyebutkan bahwa perusahaan-perusahaan yang berusia panjang dan sukses yang ditandai dengan menjadi pemimpin pasar dunia ternyata diwarnai oleh sejumlah karakter yang bersifat spiritual. Perusahaan ini di antaranya American Express, Merck, Hewlet Packard dan Walt Disney. Perusahaan-perusahaan ini memunculkan nilai-nilai spiritual dalam nilai-nilai perusahaan yang dianutnya. Hal ini menunjukkan bahwa mekanisme spiritual juga punya peranan dalam membentuk *lifeworld*. Semua ini dipertegas oleh Sudhamek Agung pimpinan Garuda Food seperti dikutip Kompas 18 September 2006 yang mengatakan bahwa kehidupan antara bisnis dan spiritual merupakan suatu paradoks yang dapat direkonsiliasikan dengan menarik prinsip-prinsip bisnis ke arah spiritual dengan menjadikan spiritual sebagai roh dari perusahaan. Menarik spiritual menjadi roh dari suatu *lifeworld* berarti menjadikan spiritual sebagai

suatu mekanisme yang akan menjadi panduan dalam mengendalikan kepentingan yang timbul dalam suatu interaksi sosial.

Berbicara mengenai kepentingan, Agustian (2001: 27) mengatakan bahwa kepentingan (*interest*) akan menentukan prioritas apa yang akan didahulukan. Kepentingan sendiri dilahirkan dari suatu prinsip. Prinsip menurut beliau adalah suatu kesadaran fitrah (*awareness*), berpegang kepada Pencipta yang abadi. Kekuatan prinsip ini yang selanjutnya akan menentukan tindakan apa yang akan diambil, jalan yang fitrah dan nonfitrah. Jalan nonfitrah yang diuraikan oleh Agustian (2001) di sini dapat dipahami sebagai jalan yang egois yang hanya mempertimbangkan kepentingan diri. Jalan fitrah menurut Agustian (2001) membimbing ke arah tindakan yang positif. Jalan fitrah adalah suatu tindakan yang dibimbing oleh suara hati. Suara hati diuraikan oleh Agustian turut berbicara memberikan informasi yang maha penting dalam menentukan sebuah prioritas. Tetapi, seringkali suara hati ini diabaikan oleh kepentingan dan nafsu sesaat atau kepentingan untuk memperoleh keuntungan jangka pendek yang justru mengakibatkan kerugian jangka panjang. Suara hati ini berasal dari *God Spot* atau dapat dipahami sebagai spiritualitas. Apa yang dijelaskan oleh Agustian menunjukkan bahwa mekanisme spiritual yang bersumber dari suara hati, akan memberikan panduan dalam menentukan prioritas. Hal ini bermakna bahwa mekanisme spiritualitas mempunyai peran dalam membentuk interaksi sosial dalam suatu *system integration*. Di sinilah diperlukan ekstensi atas teori komunikasi aksi dengan menyuntikkan nilai-nilai spiritual, karena yang ditawarkan dalam tulisan ini adalah *lifeworld* yang berdimensi spiritual.

Berbicara mengenai spiritualitas menuntut kita untuk memahami lebih dulu apa makna spiritualitas sebenarnya. Kata "spiritualitas" berasal dari kata latin "spiritus" yang dapat diartikan sebagai roh, jiwa, sukma, nafas hidup, ilham, kesadaran diri, kebebasan hati, sikap dan perasaan". Spiritualitas menurut Griffin (2005: 15) menunjuk pada 'nilai' dan 'makna' dasar yang melandasi hidup seseorang baik duniawi maupun yang tidak duniawi. Istilah ini

memiliki konotasi religius dalam arti bahwa nilai dan makna dasar yang dimiliki seseorang mencerminkan hal-hal yang dianggapnya suci, yaitu yang memiliki kepentingan paling mendasar. Spiritualitas dalam hal ini berhubungan dengan nilai-nilai dan komitmen dasarnya seseorang. Griffin (2005) membedakan spiritualitas dalam dua bentuk sesuai dengan perkembangan paradigma dalam masyarakat yaitu spiritualitas modern dan spiritualitas posmodernisme.

Spiritualitas modern menurut Griffin (2005) bercirikan pada individualisme. Secara filosofis individualisme sebenarnya berarti suatu penolakan bahwa diri pribadi manusia secara internal berhubungan dengan hal-hal lain, bahwa setiap individu manusia sangat ditentukan oleh hubungannya dengan orang lain, dengan lembaga, alam, atau dengan Ilahi. Descartes seperti dikatakan oleh Griffin (2005) mengungkapkan individualisme ini dengan jelas di mana untuk menjadi dirinya manusia tidak memerlukan apapun selain dirinya sendiri. Spiritualitas modern mempunyai ciri pokok berupa adanya dorongan untuk mendominasi, menundukkan, menguasai dan mengendalikan alam. Selain itu spiritualitas modern juga dibedakan dari cara manusia bereksistensi dalam hubungannya dengan Ilahi. Tuhan dalam pandangan spiritualitas modern sepenuhnya berada di luar dunia. Realitas Ilahi hanya masalah keyakinan, bukan suatu pengalaman langsung. Sebagian besar kehidupan dijalani seolah-olah Tuhan itu tidak ada. Sebagai akibatnya realitas publik praktis menjadi tanpa Tuhan.

Ciri lain dari spiritualitas modern adalah menganggap kepentingan diri sebagai salah satu landasan yang dapat diterima untuk sekurang-kurangnya satu dimensi kehidupan, yaitu dimensi ekonomi. Spiritualitas ini yang membentuk masyarakat modern yang dicirikan Griffin (2005) memiliki karakteristik dikotomisasi, diferensiasi, mekanisasi serta materialisme. Dikotomisasi berwujud dalam industrialisasi yang dapat kapitalis dapat juga sosialis; Diferensiasi melahirkan sekularisme di mana suatu proses yang di dalamnya bermacam-macam dimensi kehidupan dilepaskan dari kontrol agama; mekanisasi berupa gejala *componentiality* dan

birokrasi; sedangkan materialisme menyangkut anggapan seperti dikatakan Louis Dumont “hubungan antara manusia dan benda–yaitu kebutuhan material adalah yang utama, sedangkan hubungan antar manusia–yaitu masyarakat–adalah nomor dua”.

Jika spiritualitas modern menempatkan individualisme sebagai pusat dalam spiritualitas, maka spiritualitas posmodern mengunggulkan realitas hubungan-hubungan internal, di mana hubungan ini bersifat internal, esensial dan konstitutif. Spiritualitas modern juga mengakui bahwa manusia memiliki kemampuan luar biasa untuk menentukan dirinya, yang dapat dipakainya demi kebaikan atau kejahatan. Karenanya pandangan posmodern menyarankan suatu spiritualitas yang di dalamnya perhatian pada ekologi digabungkan dengan perhatian khusus pada kesejahteraan manusia. Spiritualitas posmodern juga memiliki hubungan dengan waktu, yaitu masa lalu dan masa depan. Dalam artian mengakui bahwa setiap individu adalah penyingkapan masa lalu dan reaksi kininya terhadap masa lalu. Terkait dengan masa depan, spiritualitas posmodern mengakui bahwa secara internal kita terbentuk oleh hubungan kita dengan keilahian. Hubungan manusia dengan keilahian ini menurut Griffin (2005) merupakan jantung dari spiritualitas posmodern. Hubungan manusia dengan Tuhan ini yang tidak pernah disinggung oleh Habermas dalam penjelasannya mengenai tindakan dasar manusia yang akan membentuk *lifeworld*.

Nilai atau makna dasar yang melandasi hidup seseorang adalah adanya hubungan dengan Ilahi atau hubungan dengan Tuhan. Hubungan inilah yang selanjutnya terjabar dalam hubungan dengan manusia dan alam sekitarnya. Adanya hubungan dengan Tuhan dengan kata lain adanya komitmen dasar ini yang diartikan oleh Agustian (2001) sebagai ‘sebuah anggukan universal’, yaitu bukti pengakuan manusia yang sesuai dengan perjanjian jiwa antara manusia dengan Tuhan sebelum manusia dilahirkan. Ketika itu jiwa manusia menjawab dan mengakui “***Betul, Engkau Tuhan kami***”. Jiwa manusia mengangguk dan mengakui adanya hubungan antara manusia dengan Ilahi. Inilah yang namanya fitrah atau *God spot* atau

suara hati atau hati nurani. Triyuwono (2006: 141) mengatakan bahwa "hati nurani" adalah sebuah lokus yang dapat memberi sinyal-sinyal kepada "diri" manusia bahwa apa yang akan dilakukan adalah baik atau buruk, benar atau salah.

Ghani (2005) mengatakan bahwa sumber nilai spiritual adalah dasar-dasar ajaran agama, yang dapat membawa manusia memperoleh pencerahan menuju hati nurani yang bersih. Dasar-dasar ajaran agama yang perlu dipahami dalam hal ini adalah doktrin penciptaan alam semesta, doktrin penciptaan manusia serta memahami hubungan manusia, makhluk dan Khalik. Alam semesta dan segenap makhluk hidup di dalamnya merupakan produk ciptaan yang pasti memiliki tujuan tertentu sesuai keinginan pencipta-Nya. Sebagai makhluk, manusia dan alam merupakan manifestasi kekuasaan-Nya yang sudah selayaknya dan seharusnya mengabdikan kepada kepentingan pembuatnya.

Ghani (2005) menjelaskan bahwa hubungan antara Khalik (pencipta) dan makhluk (ciptaan) adalah hubungan "abduh (*obedient, obey, penghambaan*)". Berkaitan dengan hubungan Abd' Allah, Mulawarman mengatakan bahwa Abd' Allah adalah realisasi tujuan manusia untuk selalu menjalankan ibadah kepada Allah. Manusia memiliki tujuan hidup "asal dan akhir" untuk mengabdikan dirinya kepada Tuhan (Mulawarman, 2009: 106). Masa pengabdian ini dibatasi oleh dimensi ruang dan waktu seperti dikatakan dalam Al-Qur'an 46: 3. Bagi manusia yang mampu menangkap pesan yang terkandung di sini akan mampu mengambil pelajaran betapa keterbatasan dan keadaan itu akan menuntunnya untuk senantiasa mengontrol peran dan fungsinya sebagai makhluk yang dibatasi ruang dan waktu yang kelak harus mempertanggungjawabkan seluruh perbuatannya di hadapan Tuhan.

Selain itu kedudukan manusia sebagai *khalifatullah fil ardh* membuat manusia memiliki peran strategis sebagai pengendali ciptaan Tuhan lainnya di bumi. *Privilege* sebagai penguasa mendudukan manusia pada tempat mulia (*maqamammahmuda*), hal ini sejalan dengan kehendak Allah yang menciptakan manusia dalam

bentuk sebaik-baiknya. Manusia dibekali dengan nafsu (*willing*), akal (*thinking*) dan perasaan (*feeling*). Nafsu merupakan sumber motivasi yang mendorong manusia untuk berkarya, berprestasi dan mencapai tingkat kesempurnaan. Dengan akalnya manusia mampu menerjemahkan nafsu menjadi langkah strategis, taktis dan *action plan*. Dengan kemampuan nalarinya manusia dapat memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi. Dengan akal pula manusia dapat membuat kebijakan, program untuk mengentaskan kemiskinan. Sebaliknya dengan akal yang tidak dituntun oleh nilai-nilai agama akan membawa manusia saling mengeksploitasi dan menzalimi orang lain.

Lebih jauh Ghani (2005) menjelaskan bahwa dengan perasaan (*feeling, fuad*) manusia mampu menitikkan air mata tatkala melihat penderitaan orang dan kesedihan yang menimpa diri dan orang lain. Dengan perasaan, manusia mampu membuat hati senang, tersinggung, tersanjung atau bahkan timbul empati atas penderitaan orang lain. Solidaritas sosial dalam hal ini juga didorong oleh esensi perasaan untuk hidup saling membantu. Dengan ketiga instrumen yang dimiliki ini yaitu nafsu, akal dan perasaan sudah seharusnya jika tujuan hidup manusia ditempatkan dalam perspektif mencari keridaan Allah (*mardhatillah*). Keridaan Allah seharusnya menjadi acuan berpikir dan bertindak dalam kehidupan pribadi dan sosial kemasyarakatan untuk senantiasa menghamba kepada Penguasa Alam Semesta. Dengan demikian ibadah ritual tidak akan menjadi suatu ritualitas yang kering tanpa makna.

Manusia dengan instrumen yang dimilikinya membawa konsekuensi akan diminta pertanggungjawaban (akuntabilitas, responsibilitas) terhadap apa yang telah dikerjakannya di dunia. Apa yang harus dipertanggungjawabkan oleh manusia adalah misi yang diembannya sebagai *rahmatan lil aalamin*, memberi kemaslahatan bagi alam semesta. Misi ini seharusnya tidak membuat manusia menjadi sewenang-wenang dengan alam semesta yang menjadi tanggung jawabnya.

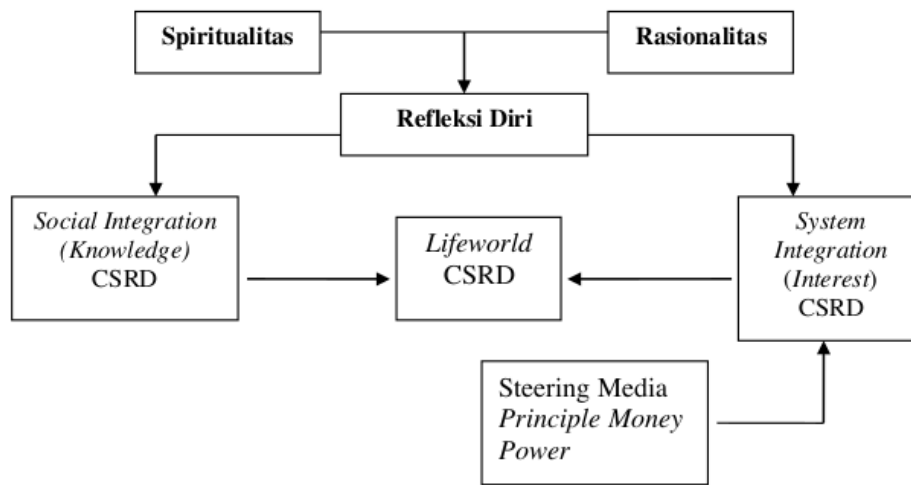
Secara fungsional manusia diciptakan dengan satu tujuan agar menjadi makhluk yang mengabdikan kepada Penciptanya. Dalam kerangka itulah wajib bagi manusia untuk mencari keridaan Allah dalam seluruh aktivitas kehidupannya di dunia ini. Pandangan hidup *mardhatillah* ini akan menempatkan dunia sebagai persinggahan, tujuan akhir (*the ultimate goal*) adalah kehidupan abadi. Inilah esensi dari hubungan antara manusia dan Khaliknya.

Sementara itu, manusia juga mengemban misi sebagai *rahmatan lil aalamin*, memberi keselamatan kepada seluruh manusia tanpa melihat kedudukan, warna kulit, agama dan kepercayaannya. Manusia memiliki kewajiban terhadap yang lain untuk menyeru kepada kebaikan dan mencegah terjadinya kemungkaran. Eksploitasi manusia atas manusia lain merupakan pengkhianatan terhadap doktrin *rahmatan lil aalamin*. Hal yang sama juga berlaku dalam hubungan antara manusia dengan alam. Dalam perspektif spiritual alam disediakan bagi manusia untuk dimanfaatkan dalam memenuhi kebutuhannya. Manusia dalam hal ini diberi otoritas untuk mengeksploitasi tanpa merusak alam. Karenanya kelalaian manusia untuk mengelola alam lingkungan dengan sebaik-baiknya agar berguna tidak hanya bagi kepentingan di masa kini melainkan juga untuk kesejahteraan keturunan mereka kelak juga merupakan suatu pengkhianatan atas misi yang diembannya sebagai *rahmatan lil aalamin*.

Dengan memahami adanya dimensi spiritual berupa hubungan antara manusia dengan Ilahi, selain hubungan manusia dengan manusia dan alam maka diharapkan kegiatan refleksi diri tidak hanya dibimbing oleh *interest* emansipatoris yang berakar pada rasio seperti diuraikan Habermas, melainkan juga dibimbing oleh nilai spiritual. Spiritualitas bergandengan dengan rasionalitas akan melakukan proses refleksi diri dalam membentuk *knowledge* dan *interest* yang akan bertaut menjadi *lifeworld* yang berdimensi spiritual.

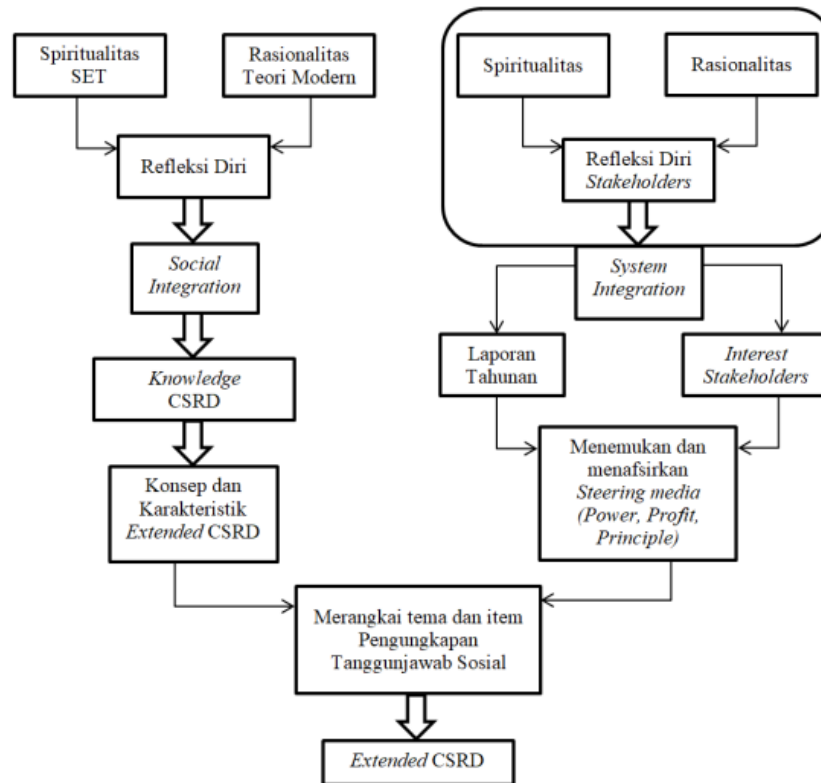
Berdasarkan pemikiran di atas, penulis mencoba menggambarkan *lifeworld* yang tidak hanya bersumber dari rasionalitas melainkan juga bersumber dari spiritualitas.

Gambar 2.2. *Lifeworld* Berdimensi Rasional dan Spiritual



Dari gambar di atas, kita dapat melihat CSRD sebagai suatu *lifeworld* yang merupakan hasil dari suatu interaksi antara *social integration* (dalam hal ini adalah *knowledge* yang didasari oleh nilai-nilai syariah) dan *system integration* berupa *interest* pihak-pihak yang terkait dengan CSRD tersebut. Baik *social integration* maupun *system integration* dalam bagan merupakan hasil dari refleksi diri yang tidak hanya bersumber pada rasionalitas melainkan juga spiritualitas. *Steering media* yang mempengaruhi *interest* dalam hal ini tidak terbatas pada *money* dan *power* (dimensi rasionalitas) melainkan juga prinsip (dimensi spiritualitas). Apa yang diharapkan adalah *lifeworld* yang kaya dengan nilai spiritual. Dengan memahami bahwa *lifeworld* merupakan hasil refleksi diri individu yang bersumber dari spiritualitas dan rasionalitas maka penulis menggambarkan kerangka penulisan sebagai berikut:

Gambar 2.3. Rerangka Tulisan



Rerangka di atas menunjukkan bahwa ada dua bagian utama dalam tulisan ini yang pertama yaitu menurunkan konsep dan karakteristik CSR yang diekstensi berdasarkan refleksi diri penulis yang bersumber dari *Shari'ah Enterprise Theory* dan teori modern mengenai CSR. Bagian kedua adalah menganalisis *system integration* berupa laporan tahunan yang menurut Habermas merupakan *material reproduction* yang dihasilkan oleh proses refleksi diri serta menganalisis *interest* para *stakeholders* yang bersumber dari refleksi diri *stakeholders*. Berdasarkan hasil dari kedua hal tersebut yakni konsep dan karakteristik CSR ekstensi serta penafsiran atas *steering media* penulis merangkai suatu bentuk **pengungkapan tanggung jawab sosial yang telah** diekstensi berupa tema dan *item* pengungkapan tanggung jawab sosial yang baru.

2.5. *Shari'ah Enterprise Theory* sebagai *Knowledge based on spiritual*

Shari'ah Enterprise Theory seperti dijelaskan Triyuwono (2006) merupakan *enterprise theory* yang telah diinternalisasi dengan nilai-nilai Islam guna menghasilkan teori yang transendental serta lebih humanis. *Shari'ah Enterprise Theory* merupakan hasil dari suatu refleksi diri yang tidak hanya didasari oleh kepentingan rasio semata, melainkan juga oleh nilai-nilai spiritual. *Enterprise theory* seperti telah dibahas oleh beberapa penulis merupakan teori yang lebih tepat bagi suatu sistem ekonomi yang mendasarkan diri pada nilai-nilai syariah. Hal ini dikarenakan teori ini mengakui adanya pertanggungjawaban tidak hanya kepada pemilik perusahaan saja melainkan kepada kelompok *stakeholders* yang lebih luas. Berbeda dengan *entity theory* yang memusatkan perhatian hanya pada pemilik sehingga hampir seluruh aktivitas perusahaan diarahkan guna memenuhi kesejahteraan pemilik. *Enterprise theory* dalam hal ini memiliki tidak hanya sifat egois namun sudah mulai mengadopsi sifat¹¹ altruistik. *Enterprise theory* seperti dikatakan oleh Soujanen (1954) memberikan wadah bagi perilaku perusahaan pada tahun 1950-an yang mulai memperhatikan partisipan lain dalam organisasi selain pemegang saham yaitu pegawai, kreditor, konsumen, pemerintah, dan masyarakat. Tipe perilaku seperti ini menurut Soujanen (1954) sulit untuk mendapat tempat dalam konteks *entity theory* maupun *proprietary theory*.

¹¹ Namun demikian seperti dijelaskan oleh Slamet (2001) *enterprise theory* masih perlu diinternalisasi dengan nilai-nilai Islam agar dapat digunakan sebagai teori dasar bagi suatu ekonomi dan akuntansi Islam. Karenanya Slamet (2001) melakukan internalisasi dengan menyuntikkan nilai-nilai Islam sehingga *enterprise theory* dapat menjadi teori alternatif bagi ekonomi dan akuntansi Islam. Proses ini dapat dipahami sebagai suatu proses refleksi diri yang didasari tidak hanya oleh kepentingan rasio semata seperti dijelaskan Habermas, melainkan suatu proses refleksi diri yang berusaha melampaui rasio dengan menggunakan nilai-nilai Ilahi atau spiritual.

Shari'ah Enterprise Theory dapat dikatakan merupakan suatu *social integration* yang berawal dari adanya kepentingan emansipatoris untuk membebaskan pengetahuan yang selalunya terperangkap dalam dunia material menjadi suatu pengetahuan yang juga mempertimbangkan aspek nonmaterial dalam hal ini spiritual atau nilai-nilai Ilahi. Nilai-nilai Ilahi dalam bentuk memahami hubungan manusia dengan pencipta yang kemudian dijabarkan Slamet (2001) menjadi suatu teori *enterprise* yang bernuansa syariah. Pengetahuan dalam hal ini *Shari'ah Enterprise Theory* merupakan hasil suatu refleksi diri yang berusaha memahami bahwa selain tindakan rasional bertujuan yang merupakan tindakan dasar dalam hubungan manusia dengan alam serta tindakan komunikasi dalam hubungan manusia dengan sesama sebagai objek terdapat suatu tindakan dasar yang lain terkait dengan hubungan manusia dengan Sang penciptanya. Hubungan ini adalah hubungan "abduh (*obedient, obey, penghambaan*)". Konsep abduh di sini merujuk pada hubungan dasar antara manusia dan Khalik, sesuatu yang tidak pernah dibahas oleh Habermas.

Shari'ah Enterprise Theory menjelaskan bahwa 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 *Shari'ah Enterprise Theory* adalah Allah sebagai sumber utama, karena Dia adalah pemilik yang tunggal dan mutlak. Sumber daya yang dimiliki oleh para *stakeholders* pada dasarnya adalah amanah dari Allah yang di dalamnya melekat tanggung jawab untuk menggunakan dengan cara dan tujuan yang ditetapkan oleh Sang Pemberi Amanah. Tujuan dari penggunaan sumber daya ini tidak lain untuk mendapatkan *mardhatillah*. Tujuan ini dapat dicapai jika si hamba menggunakan dengan cara yang dapat menjadikan sumber daya ini menjadi *rahmatan lil alamin*. Nilai-nilai spiritual yang diuraikan penulis di atas, yaitu *abduh, mardhatillah, dan rahmatan lil alamin* merupakan nilai-nilai yang telah melekat dalam *Shari'ah Enterprise Theory*.

Triyuwono (2006) menjelaskan bahwa dalam pandangan *Shari'ah Enterprise Theory*, distribusi kekayaan (*wealth*) atau nilai tambah (*value added*) tidak hanya berlaku pada para partisipan yang terkait langsung dalam atau partisipan yang memberikan kontribusi kepada operasi perusahaan seperti: pemegang saham, kreditor, karyawan dan pemerintah, tetapi pihak yang tidak terkait langsung dengan bisnis yang dilakukan perusahaan atau pihak yang tidak memberikan kontribusi keuangan dan keahlian.

Pemikiran ini dilandasi premis yang mengatakan bahwa manusia itu adalah *khalifatullah fil ardh* yang membawa misi menciptakan dan mendistribusikan kesejahteraan bagi seluruh manusia dan alam. Premis ini mendorong *Shari'ah Enterprise Theory* untuk mewujudkan nilai keadilan terhadap manusia dan lingkungan alam. Oleh karena itu, *Shari'ah Enterprise Theory* akan membawa kemaslahatan bagi seluruh *stakeholders*, tanpa meninggalkan kewajiban penting menunaikan zakat sebagai manifestasi ibadah kepada Allah (Slamet, 2001 dalam Triyuwono, 2006: 353). Pada prinsipnya, dikatakan Triyuwono (2001: 140) *Shari'ah Enterprise Theory* memberikan bentuk pertanggungjawaban utamanya kepada Allah (vertikal) yang kemudian dijabarkan lagi pada bentuk pertanggungjawaban horizontal kepada umat manusia dan lingkungan alam. Konsep pertanggungjawaban yang ditawarkan oleh teori ini tidak sekadar pengembangan konsep pertanggungjawaban *enterprise theory*. Namun, lebih dari itu, sebagai hasil dari premis yang dipakai oleh *Shariah Enterprise Theory* yang memiliki karakter transendental dan teologikal.

Dalam pandangan penulis, Slamet (2001) telah berhasil melakukan suatu proses refleksi diri dengan memadukan spiritualitas dan rasionalitas sehingga menghasilkan suatu *knowledge* yang mengandung nilai spiritual. *Knowledge* yang merupakan *social integration* bersama dengan *system integration* akan berinteraksi sehingga membentuk suatu *lifeworld*.

Shari'ah Enterprise Theory (SET) seperti dijelaskan Triyuwono (2007) memiliki karakter keseimbangan yang menyeimbangkan nilai

egoistik dengan nilai altruistik serta nilai materi dengan nilai spiritual. Konsekuensi dari nilai keseimbangan ini menyebabkan SET tidak hanya peduli pada kepentingan individu, tetapi juga pihak-pihak lainnya. SET menurut Triyuwono (2007) memiliki kepedulian yang besar pada *stakeholders* yang luas yang meliputi Tuhan, manusia, dan alam. Tuhan merupakan pihak paling tinggi dan menjadi satu-satunya tujuan hidup manusia. Konsekuensi menempatkan Tuhan sebagai *stakeholders* tertinggi adalah digunakannya sunatullah sebagai basis bagi konstruksi akuntansi syariah.

Stakeholders kedua dari SET lebih lanjut diuraikan Triyuwono (2007) adalah manusia yang dibedakan menjadi dua kelompok yaitu *direct stakeholders* dan *indirect stakeholders*. *Direct stakeholders* adalah pihak-pihak yang secara langsung memberikan kontribusi pada perusahaan baik dalam bentuk kontribusi keuangan maupun nonkeuangan. *Indirect stakeholders* adalah pihak yang sama sekali tidak memberikan kontribusi kepada perusahaan baik keuangan maupun nonkeuangan, tetapi secara syariah mereka adalah pihak yang berhak untuk mendapatkan kesejahteraan dari perusahaan. Adapun golongan *stakeholders* terakhir dari SET adalah alam. Alam adalah pihak yang memberikan kontribusi bagi kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan eksis secara fisik karena didirikan di atas bumi, menggunakan energi yang tersebar di alam, memproduksi dengan menggunakan bahan baku dari alam. Oleh karena itu menurut Triyuwono sudah sepatutnya perusahaan mendistribusikan kesejahteraan kepada alam dalam wujud kepedulian terhadap kelestarian alam, pencegahan pencemaran dan lain sebagainya.

Berdasarkan pemikiran di atas maka penulis menggunakan *Shari'ah Enterprise Theory* sebagai *knowledge* yang akan menjadi dasar untuk menentukan *what should be* terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial di dunia perbankan Islam. Seperti diuraikan Habermas bahwa interaksi dalam suatu *lifeworld* selain terdiri dari *social integration* juga terdiri dari *system integration*, yaitu interaksi yang dipengaruhi oleh mekanisme sistem, ini merupakan suatu proses yang lebih banyak terkait dengan

kepentingan berbagai pihak. Praktik pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan suatu realitas yang tidak terlepas dari kepentingan-kepentingan ini sehingga suatu proses komunikasi dalam hal ini antara teori dan praksis merupakan suatu yang mutlak agar diperoleh suatu *lifeworld* yang diharapkan.

Ekstensi tema dan *item* pengungkapan tanggung jawab sosial bagi bank Islam dalam hal ini dilakukan dengan menggunakan *Shari'ah Enterprise Theory* sebagai dasar untuk menurunkan konsep pengungkapan tanggung jawab sosial yang punya nilai-nilai ketuhanan. Selanjutnya berdasarkan konsep pengungkapan tanggung jawab sosial serta pengembangan tema dan *item* yang diturunkan dengan menggali *interest stakeholders* disusun suatu bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial bagi bank Islam yang mengakomodir kepentingan semua *stakeholders*.

Tulisan ini menggunakan pendekatan kualitatif dalam penulisannya. Jika tulisan kuantitatif umumnya memiliki wilayah yang luas, tingkat variasi yang kompleks namun berlokasi di permukaan. Maka tulisan kualitatif berwilayah pada ruang yang sempit dengan tingkat variasi yang rendah namun memiliki kedalaman bahasan yang tak terbatas. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, dibuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan informan, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Creswell, 1998: 15). Bogdan dan Taylor (Moleong, 2007: 3) menyatakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Selain terdapat perbedaan mengenai cakupan dan jenis data juga terdapat perbedaan yang mendasar mengenai validitas dan reliabilitas dalam tulisan kuantitatif dan kualitatif. Dalam pendekatan kuantitatif untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel yang diuji validitas dan reliabilitasnya adalah instrumen penulisannya, sedangkan dalam pendekatan kualitatif yang diuji adalah datanya.

Dalam pendekatan kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diamati.

Sarantakos (1995: 78) mengatakan bahwa sebenarnya validitas pendekatan kualitatif lebih tinggi dibandingkan kuantitatif karena data yang diambil lebih menunjukkan realitas di lapangan; penggunaan metode relatif lebih terbuka dan fleksibel; berbasis komunikasi interaktif yang tidak mungkin dilakukan dalam penulisan kuantitatif; perluasan data dimungkinkan untuk memperkuat temuan. Reliabilitas menurut Sarantakos (1995: 79) berbeda dengan pendekatan kuantitatif, dalam pendekatan kualitatif tidak menekankan pada konsistensi. Pendekatan kualitatif menolak adanya metode pengendalian lingkungan, penetapan standarisasi metode, maupun hubungan antara penulis dan informan yang terkontrol. Salim (2001: 87) menegaskan bahwa yang penting dalam setiap pendekatan kualitatif adalah *checking the reliability* dan *checking the validity*. *Checking the reliability* yaitu bagaimana kekuatan data dapat menggambarkan keaslian dan kesederhanaan yang nyata dari setiap informasi, sedangkan *checking the validity* berhubungan dengan evaluasi awal dari kegiatan di lapangan, yaitu penuh perhatian terhadap situasi (tempat, waktu, dan informan), masalah, dan alat yang digunakan.

Upaya untuk mencapai validitas dalam pendekatan ini dilakukan melalui proses penggalan informasi secara langsung seperti dikatakan Sarantakos (1995). Validitas di sini diupayakan dengan pemaparan realitas apa adanya di lapangan serta komunikasi interaktif dengan informan. Upaya untuk mencapai reliabilitas dalam pendekatan ini dilakukan dengan variasi teknik pengumpulan data antara lain wawancara dan studi dokumen seperti yang dinyatakan oleh Neuman (2000: 170) bahwa reliabilitas atau konsistensi dalam pendekatan kualitatif dapat dicapai dengan menggunakan berbagai teknik dalam pengumpulan data seperti wawancara, partisipasi, foto dan studi dokumen. Selain itu triangulasi sumber data sebagai salah

satu upaya untuk meningkatkan validitas juga dilakukan dalam pendekatan ini.

Terdapat empat tahapan dalam pendekatan ini. Tahap pertama adalah membaca praktik pengungkapan tanggung jawab sosial yang telah dilakukan bank Islam. Tahap ini memiliki beberapa tujuan, antara lain mengetahui bagaimana perusahaan memandang konsep tanggung jawab sosial, mengetahui tema apa saja yang telah dan belum diungkapkan oleh bank Islam terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan, menemukan nilai-nilai spiritual dan menemukan kepentingan siapa saja yang diemban dalam pengungkapan di laporan tahunan.

Tahap kedua adalah menggali *interest* dari berbagai *stakeholders*, tahap ini bertujuan untuk melihat lebih jauh kepentingan masing-masing *stakeholders* guna mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhinya. Tahap ini juga bertujuan untuk menemukan nilai-nilai spiritual yang ada pada *stakeholders* yang dapat dijadikan sumber untuk mengembangkan suatu bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial yang berpihak pada kepentingan semua *stakeholders*.

Adapun tahap ketiga adalah menurunkan konsep teoretis pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan *Shari'ah Enterprise Theory*. Caranya dengan melakukan analisis teoretis atas konsep-konsep mengenai tanggung jawab sosial yang sudah ada berikut bentuk dan tema yang diajukan oleh pemikiran sebelumnya dengan menggunakan *Shari'ah Enterprise Theory* sebagai pijakan dasar. Tahap keempat adalah upaya penulis untuk mengembangkan suatu bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial yang baru sebagai hasil ekstensi didasari oleh temuan pada tahap satu dan dua dengan menggunakan *Shari'ah Enterprise Theory* sebagai kerangka dasar. Tahap-tahap ini coba diringkaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 2.1 Tahapan Penulisan

Tahap	Aktivitas	Tujuan	Cara
I	Membaca praktik pengungkapan tanggung jawab sosial yang telah	- mengetahui cara pandang bank mengenai tanggung jawab sosial	Analisis isi laporan tahunan

Tahap	Aktivitas	Tujuan	Cara
	dilakukan bank Islam	<ul style="list-style-type: none"> - mengetahui tema yang telah dan belum diungkapkan oleh bank Islam - menemukan nilai-nilai spiritual dan menemukan kepentingan di balik pengungkapan 	
II	Menggali <i>interest stakeholders</i>	<ul style="list-style-type: none"> - menemukan nilai-nilai spiritual yang ada pada <i>stakeholders</i> - mengembangkan nilai-nilai yang ditemukan menjadi tema dan <i>item</i> pengungkapan 	Wawancara dan refleksi diri
III	Menurunkan konsep teoretis pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan <i>SET</i>	<ul style="list-style-type: none"> - mendapatkan konsep teoretis CSRD berdasarkan <i>SET</i> 	Melakukan analisis teoretis atas konsep-konsep CSRD terdahulu dengan menggunakan <i>SET</i> sebagai pijakan dasar
IV	Mengembangkan suatu bentuk CSRD yang baru	<ul style="list-style-type: none"> - memperoleh suatu bentuk CSRD yang berpihak pada semua <i>stakeholders</i> 	Merangkai tema dan <i>item</i> pengungkapan berdasarkan temuan pada Tahap I dan II dengan menggunakan konsep yang dibangun pada tahap III.

1. Koleksi Data Teoretis dan Nonteoretis

Koleksi data teoretis dilakukan melalui kajian literatur untuk menggali konsep dan teori mengenai *corporate sosial responsibility disclosure*. Data teoretis dalam hal ini merupakan model-model konseptual dan operasional mengenai *corporate sosial responsibility disclosure* yang telah berkembang selama ini dimulai dari pemikiran modern seperti: *The Corporate Report* (1975), Cheng (1976), *The Bilan Social* (1979), Jackman (1992), Gray *et al.* (1996), GRI3 (2006),

Corporate Citizenship (Carrol, 1991) maupun pemikiran yang telah mencoba membahas dari sudut pandang Islam seperti

Sulaiman (2002), Hameed *et al.* (2004), Maali *et al.* (2003) dan Haniffa dan Hudaib (2004), sedangkan data nonteoritis antara lain bersumber dari laporan tahunan serta dokumen dan laporan yang ada hubungannya dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Koleksi Data Empiris

Data empiris adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam terhadap informan. Wawancara dilakukan guna menggali *interest stakeholders* dan mengetahui lebih jauh apa saja yang mempengaruhi *interest* para *stakeholders* ini. Aktivitas ini dilakukan guna mengembangkan nilai spiritual yang mempengaruhi *interest* individu. Meskipun dalam proses penggalian *interest* juga ditemukan unsur rasional terutama berkaitan dengan pengaruh *money* dan *power* namun eksplorasi lebih dalam tetap dilakukan pada nilai-nilai spiritual yang merupakan nilai yang selama ini terpinggirkan dalam praktik pengungkapan tanggung jawab sosial bank Islam. Tulisan ini berusaha melihat karakter informan secara keseluruhan berdasarkan *Shari'ah Enterprise Theory*, yaitu *direct* dan *indirect stakeholders*. *Direct stakeholders* adalah mereka yang terlibat dan memberikan kontribusi langsung pada aktivitas perusahaan, sedangkan *indirect stakeholders* adalah pihak yang tidak punya kontribusi langsung terhadap bank. Namun, secara syariah pihak ini berhak untuk mendapatkan kesejahteraan dari perusahaan.

Analisis dilakukan dengan menggunakan Teori Komunikasi Aksi yang telah diekstensi, dengan melihat peranan spiritualitas dan rasionalitas dalam *system integration* yang berwujud pada laporan tahunan. Hal ini dilakukan dengan melihat peranan *money*, *power*, dan prinsip pada praktik pengungkapan. Melalui analisis ini, diketahui bagaimana peranan *steering media* (*money*, *power*, dan prinsip) terhadap pengungkapan yang dilakukan oleh bank. Hal ini penting supaya penulis mendapat gambaran mengenai tema dan *item* apa saja

yang telah diungkapkan oleh bank Islam berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Selain itu, analisis juga dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep dalam *Shari'ah Enterprise Theory* guna mengetahui dan mengidentifikasi kepentingan siapa saja yang selama ini diperhatikan oleh bank Islam. Hal ini berguna untuk menentukan kesesuaian antara pengungkapan tanggung jawab sosial yang telah dilakukan dengan konsep-konsep yang ada dalam *Shari'ah Enterprise Theory*. Konsep-konsep ini, antara lain adalah akuntabilitas vertikal terhadap Tuhan; akuntabilitas horizontal terhadap *direct, indirect stakeholders* serta terhadap lingkungan; serta konsep keseimbangan.

Selanjutnya berdasarkan konsep-konsep dalam *Shari'ah Enterprise Theory* penulis menurunkan konsep dan karakteristik pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih tepat bagi suatu bank Islam. Pada akhirnya penulis berusaha menyinergikan *item-item* yang telah dibangun berdasarkan nilai-nilai spiritual dengan *item-item* pengungkapan tanggung jawab sosial yang berasal dari pemikiran penulis terdahulu. Hasil akhir dari semua ini adalah didapatnya konsep pengungkapan tanggung jawab sosial yang mengedepankan nilai ketuhanan serta *item-item* pengungkapan yang meliputi kepentingan semua *stakeholders* yang kaya dengan aspek material dan spiritual.

Tulisan ini dilakukan berbasiskan pada paradigma kritis. Paradigma ini dipandang lebih sesuai karena selaras dengan tujuan penulisan yang tidak hanya berusaha memahami melainkan juga berupaya untuk mengubah realitas sosial. Tujuan penulisan dalam paradigma ini sebagaimana dikatakan oleh Sarantakos (1993: 37) adalah untuk menjelaskan dan mengkritik realitas sosial dan memberdayakan manusia untuk menaklukkannya. Pendekatan teori kritis seperti dikatakan Patti Latter dalam Muhadjir (2000: 196) mempunyai komitmen yang tinggi kepada tata sosial yang lebih adil. Dua asumsi dasar yang menjadi landasan dalam pendekatan teori kritis adalah pertama ilmu sosial bukan sekadar memahami ketidakadilan dalam distribusi kekuasaan dan distribusi sumber daya, melainkan berupaya untuk membantu menciptakan kesamaan dan

emansipasi dalam kehidupan; kedua, pendekatan teori kritis memiliki keterikatan komitmen untuk mengkritik status quo dan membangun masyarakat yang lebih adil.

Untuk memahami realitas pengungkapan tanggung jawab sosial kerangka analisis yang digunakan adalah teori komunikasi aksi dari Habermas. Cara pandang Habermas mengenai "*lifeworld*" akan digunakan untuk memahami bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan suatu proses sosial yang tidak terlepas dari adanya teori yang mendasari (*knowledge*) dan *interest* dari pihak yang terlibat dalam pengungkapan. Namun dalam hal ini penulis tidak menggunakan cara pandang Habermas sebagaimana adanya. Hal ini karena menurut penulis proses refleksi diri tidak hanya bersumber dari rasio melainkan juga berasal dari nilai-nilai spiritual. Berdasarkan pemikiran bahwa refleksi diri tidak hanya bersumber dari rasio melainkan juga dari nilai-nilai spiritual maka penulis menggunakan *Shari'ah Enterprise Theory* sebagai teori yang telah diinternalisasi dengan nilai spiritual untuk menurunkan konsep pengungkapan tanggung jawab sosial bagi bank Islam.

Dengan memandang bahwa proses refleksi diri dipengaruhi rasionalitas dan spiritualitas, penulis memasukkan satu unsur lagi yang mempengaruhi *interest* selain *money* dan *power*, yaitu prinsip. Prinsip di sini merujuk pada apa yang dikatakan Agustian (2005: 27) sebagai suatu kesadaran fitrah untuk berpegang kepada Pencipta yang abadi. Keberadaan prinsip menunjukkan adanya nilai-nilai spiritual dalam diri. Analisis dilakukan atas laporan tahunan sebagai produk dari kepentingan itu sendiri dan wawancara terhadap para *stakeholders*. Analisis bertujuan untuk menggali nilai-nilai spiritual yang akan digunakan untuk melakukan ekstensi atas pengungkapan tanggung jawab sosial bagi bank Islam.

3.

TEORI MAINSTREAM TANGGUNG JAWAB SOSIAL

“Bagi korporasi, tanggung jawab sosial mempunyai peran yang sama seperti psikopat manusia, melalui hal tersebut mereka dapat menampilkan diri sebagai pihak yang penuh kasih sayang dan perhatian terhadap pihak lain, sementara sebenarnya mereka tidak punya kemampuan untuk menyayangi siapa pun atau apa pun kecuali diri mereka sendiri”
(Robert Hare dalam Bakan 2004: 61)

Sebelum kita berbicara mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility Disclosure* maka baiknya kita melihat lebih dulu mengenai konsep awal mengenai tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan respons dari adanya ide yang menuntut adanya tanggung jawab sosial perusahaan. Mengetahui bagaimana ide ini timbul akan menambah pemahaman kita mengenai teori-teori di balik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pemahaman ini juga akan membukakan tabir bagi kita untuk mengetahui dengan sebenarnya kepentingan siapa yang berada di balik teori tersebut.

3.1. Prinsip Dasar Tanggung Jawab Sosial

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan sampai saat ini selalu menjadi Sesuatu yang kontroversial. Sebagian orang sangat setuju dengan konsep ini sementara sebagian lain menolak secara keras. Secara mendasar, kontroversi ini mempermasalahkan mengenai peran dan fungsi perusahaan dalam masyarakat. Apa yang dipermasalahkan adalah mengenai perilaku, *performance* dan *power* dari perusahaan. Apakah ketiga hal ini harus diarahkan sepenuhnya dalam upaya mendapatkan profit maksimum atau sementara berupaya untuk mencari profit perusahaan juga melakukan tindakan guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat, sekalipun dengan risiko berkurangnya profit secara keseluruhan.

Ide awal tentang tanggung jawab sosial perusahaan seperti diuraikan oleh Frederick *et al.* (1988) dimulai di Amerika Serikat pada awal abad kedupuluh. Pada masa itu perusahaan mulai dikritik karena dianggap menjadi besar, kuat serta anti sosial. Mereka juga dituduh melakukan praktik-praktik yang anti kompetitif. Sebagai akibatnya mulai dilakukan usaha-usaha untuk mengekang kekuasaan perusahaan melalui undang-undang antitrust serta aturan-aturan lainnya. Beberapa pengamat bisnis selanjutnya menyarankan kepada komunitas bisnis untuk menggunakan kekuasaan dan pengaruhnya untuk tujuan-tujuan sosial yang lebih luas, tidak hanya sekadar untuk menghasilkan profit maksimum. Ide ini pada akhirnya menjadi konsep *corporate social responsibility*.

Selanjutnya beberapa pebisnis andal seperti Andrew Carnegie (pengusaha baja) tercatat menjadi dermawan besar yang memberi banyak sumbangan untuk institusi pendidikan dan yayasan sosial; Henry Ford mengembangkan program paternalistik untuk mendukung kebutuhan rekreasi dan kesehatan bagi para pegawainya (Frederick *et al.* 1988: 28). Para pemimpin bisnis nampaknya mulai percaya bahwa komunitas bisnis memiliki tanggung jawab terhadap masyarakat yang melampaui atau dapat dilakukan bersamaan dengan usaha mereka untuk menghasilkan profit.

Ide awal mengenai peranan bisnis dalam masyarakat ini yang kemudian melahirkan prinsip dasar tanggung jawab sosial, yaitu *charity principle* dan *stewardship principle*. *Charity principle* merupakan pandangan bahwa kelompok yang lebih sejahtera dalam masyarakat harus memberikan sumbangan kepada kelompok yang lebih membutuhkan. Hal ini sebetulnya merupakan pandangan yang sudah berakar lama dalam masyarakat.

Bagi sebagian kelompok bisnis sekarang, tanggung jawab sosial perusahaan dimaknai sebagai berpartisipasi dalam masyarakat melakukan kontribusi berupa sumbangan-sumbangan sesuai dengan *charity principle* ini. Namun demikian pemberian sumbangan bukan satu-satunya bentuk tanggung jawab sosial perusahaan banyak juga eksekutif perusahaan yang memandang dirinya sebagai *steward* (pengurus) atau *trustee* (wali) yang bertindak berdasarkan kepentingan publik. Walaupun perusahaan di mana mereka bekerja adalah perusahaan privat dan sekalipun mereka juga mencari profit bagi pemilik, namun sumber-sumber perusahaan dikelola oleh para manajer yang percaya bahwa mereka punya kewajiban agar masyarakat secara umum mendapatkan manfaat dari apa yang dilakukan oleh perusahaan. Para manajer memiliki tanggung jawab untuk menggunakan sumber-sumber dengan cara yang baik tidak hanya bagi pemilik namun juga bagi masyarakat secara umum. Pandangan ini jelas diungkapkan oleh Frank W. Abrams (1951) yang merupakan direktur eksekutif dari Exxon:

"Businessmen are learning that they have responsibilities not just to one group but to many. The job of professional management is to maintain... a harmonious balance among the claims of the various interested groups: the stockholders, employees, customers and the public at large... No corporation can prosper for any length of time today if its sole purpose is to make as much money as possible, as quickly as possible, and without concern for other values". (Frederick et al. 1988: 30)

Kedua prinsip ini, *charity principle* dan *stewardship principle* menjadi dasar dari tanggung jawab sosial perusahaan. *Charity principle* mendorong perusahaan untuk memberikan bantuan

sukarela bagi kelompok yang membutuhkan sementara *stewardship principle* mendorong mereka untuk menjadi *trustee* bagi kepentingan publik, yang bermakna bahwa mereka seharusnya bertindak berdasarkan kepentingan semua anggota masyarakat yang dipengaruhi oleh kegiatan perusahaan.

Apa yang dikenal sebagai *corporate philanthropy* merupakan ekspresi dari *charity principle*. Sebagian besar perusahaan mengartikan kegiatan pemberian sumbangan sebagai satu-satunya bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat. Keterlibatan mereka secara sukarela dalam berbagai bantuan kepada kelompok masyarakat yang membutuhkan seperti dianggap sebagai pemenuhan kewajiban perusahaan terhadap komunitas. Sementara itu makna yang diberikan terhadap *stewardship principle* lebih mendalam. Para manajer mengakui bahwa keputusan mereka mempengaruhi banyak kelompok dalam masyarakat dan mereka memiliki tanggung jawab untuk menyeimbangkan kepentingan berbagai kelompok. Bisnis dan komunitas dipandang memiliki hubungan saling ketergantungan. Keputusan yang mempengaruhi satu pihak akan mempengaruhi yang lain. Mutualitas kepentingan ini menempatkan perusahaan untuk secara bertanggung jawab lebih perhatian dalam memformulasikan kebijakan dan menjalankan kegiatan perusahaan.

Tanggung jawab sosial seperti dikatakan Marrewijk (2003) sulit untuk didefinisikan "*it means something, but not always the same thing to everybody*".

Berbagai definisi tanggung jawab sosial diberikan, antara lain oleh Gray *et al.* (1987) yang mengatakan bahwa tanggung jawab sosial adalah:

"a responsibility for actions which do not have purely financial implications and which are demanded of an organization under some implicit or explicit identifiable contract" (Gray *et al.* 1987).

Definisi lain diberikan oleh Kok *et al.* (2001) mengatakan bahwa tanggung jawab sosial adalah:

"The obligation of the firm to use its resources in ways to benefit society, through committed participation as a member of society, taking into account the society at large, and improving welfare of society at large independently of direct gains of the company"

Sementara Kotler dan Lee (2005: 3) mendefinisikan tanggung jawab sosial sebagai:

"Commitment to improve community well being through discretionary business practices and contributions of corporate resources..."

Definisi mengenai tanggung jawab sosial yang mencakup *stakeholders* yang lebih luas diberikan oleh World Business Council for Sustainable Development (2004), yaitu:

"CSR as business commitment to contribute to sustainable economic development, working with employees, their families, the local community and society at large to improve their quality of life".

Dari beberapa definisi mengenai tanggung jawab sosial di atas, dapat dilihat bahwa pada umumnya definisi yang diberikan menghendaki adanya komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan bukan hanya bagi pemilik melainkan kesejahteraan bagi *stakeholders* yang lebih luas. Upaya untuk meningkatkan kesejahteraan ini dilakukan melalui penggunaan sumber daya perusahaan dan praktik-praktik bisnis yang memberikan manfaat pada masyarakat banyak. Tanggung jawab sosial seperti dikatakan Wettstein (2009: 126) merupakan konsep normatif yang berkaitan dengan apa yang seharusnya dilakukan perusahaan dan bagaimana mereka melakukannya.

3.2. Respons Dunia Akuntansi atas Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Isu mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) mulai ada sejak tahun 1960-an, ketika tingkat kesejahteraan dan level pendidikan mulai meningkat serta diikuti dengan meningkatnya pluralisme dan individualisme. Bersamaan dengan munculnya anggapan bahwa organisasi bisnis memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial, kelompok-kelompok kepentingan sosial meminta tanggung jawab perusahaan yang lebih besar berkaitan dengan masalah-masalah sosial seperti ekologi, hak minoritas, pendidikan, keamanan, dan kesehatan. Selanjutnya dunia akuntansi merespons perkembangan bisnis dan masyarakat ini dengan apa yang dikenal sebagai akuntansi sosial.

Adanya perubahan hubungan bisnis dan komunitas mengindikasikan bahwa akuntansi juga perlu berubah. Akuntan perlu mengakui adanya kepentingan-kepentingan tambahan dalam bentuk *stakeholders* baru. Jika selama ini akuntan hanya terfokus pada pembuatan laporan keuangan bagi *stockholders* maka ada keperluan untuk membuat laporan yang memenuhi kebutuhan *stakeholders* secara keseluruhan.

Beberapa penulis seperti diuraikan oleh Mathews (1993) berusaha merespons perubahan yang tak terelakkan ini dengan mengembangkan disiplin ini. Mereka ini antara lain: Davis (1973) yang menyajikan kasus-kasus keterlibatan bisnis dalam tanggung jawab sosial, suatu proses yang menurutnya tidak dapat dielakkan. Prakash (1975) memberikan suatu kerangka yang digunakan untuk menganalisa kinerja sosial dan Spicer (1978) membandingkan pandangan manajer dan aktivis mengenai kinerja sosial.

Pengungkapan sosial perusahaan merupakan suatu cara bagi perusahaan untuk mengomunikasikan kepada para *stakeholders* bahwa perusahaan memberikan perhatian pada pengaruh sosial dan lingkungan yang ⁴ ditimbulkan oleh perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan untuk memperlihatkan

kepada masyarakat aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan pengaruhnya terhadap masyarakat. Pengaruh dalam hal ini adalah seberapa jauh lingkungan, pegawai, konsumen, masyarakat lokal, dan yang lainnya dipengaruhi oleh kegiatan dan operasi bisnis perusahaan.

Gray *et al.* (1995) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRD) sebagai:

“Proses mengomunikasikan pengaruh sosial dan lingkungan dari suatu organisasi, tindakan ekonomi untuk kelompok yang mempunyai kepentingan dalam suatu masyarakat dan untuk masyarakat secara luas”

Secara lebih spesifik, *Corporate Social Responsibility Disclosure* didefinisikan oleh Guthrie dan Mathews (1985) dalam Hackston dan Milne (1996) sebagai:

“Pengadaan informasi keuangan dan nonkeuangan yang berhubungan dengan interaksi organisasi dan lingkungan sosial, yang dinyatakan dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial lainnya yang terpisah”

Definisi lain diberikan oleh Golob and Bartkett (2007) dalam Prachsriphum dan Ussahawanitchakit (2009: 42) sebagai:

“*A way for organizations to provide information for different stakeholder regarding social and environmental issue*”

Menurut Mathews (1993), terdapat tiga kelompok argumen berkaitan dengan perlunya melakukan pengungkapan ini. Ketiga kelompok ini adalah argumen yang berhubungan dengan pasar, sosial, dan radikal. Argumen yang berkaitan dengan pasar mengatakan perlunya tambahan pengungkapan sosial atas dasar bahwa pemegang saham dan kreditor akan mendapatkan manfaat dari pasar yang lebih responsif yang dipengaruhi oleh informasi pengungkapan.

Argumen yang berhubungan dengan sosial mengatakan bahwa tambahan pengungkapan akan mengembangkan sifat moral perusahaan untuk memenuhi kontrak sosial antara bisnis dan komunitas dan untuk melegitimasi organisasi di mata publik. Dalam

hal ini kelompok yang dituju adalah pegawai, konsumen, masyarakat secara umum dan agen pemerintah. Pemegang saham dan kreditor juga akan mendapatkan manfaat dari pengungkapan informasi ini namun motivasi utama bukanlah untuk mereka.

Pada dasarnya pendukung sistem pasar bebas menolak dibebaninya perusahaan dengan persyaratan tanggung jawab sosial. Tujuan tanggung jawab sosial dianggap tidak tepat dikaitkan dengan dana pemegang saham. Hal ini dipertegas oleh Freidman (1962: 133):

“It shows a fundamental misconception of the character and nature of free economy. In such economy, there is one and only one social responsibility of business—to use its resources and engage in activities designed to increase profits so long as it stays within the rules of the game, which is to say, engage in open and free competition without deception or fraud”

Namun demikian, berlawanan dengan pendapat Friedman (1970), ada juga argumen yang mendukung perlunya tanggung jawab sosial dalam sistem pasar bebas. Hal ini antara lain menyatakan 1) bahwa pasar bebas akan lebih efisien jika lebih banyak informasi tersedia bagi partisipan; 2) riset empiris telah menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial yang dilakukan manajemen berhubungan dengan pendapatan perusahaan yang lebih tinggi; 3) terdapat juga banyak bukti bahwa harga saham dipengaruhi oleh pengungkapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan.

Adapun argumen mengenai perlunya pengungkapan tanggung jawab sosial dalam perspektif pendukung pasar bebas nampaknya tidak relevan untuk kelompok yang lebih luas seperti pegawai, pelanggan, serta masyarakat secara umum selain pemegang saham dan kreditor. Untuk kepentingan kelompok ini, perlu untuk melihat lebih jauh fungsi dasar dari aktivitas komersial dan industri serta berbicara mengenai moral dan kontrak sosial antara komunitas bisnis dan masyarakat. Pandangan mengenai kontrak sosial ini diungkapkan oleh Shocker dan Sethi (1974: 67) dalam Mathews (1993: 23) sebagai berikut:

“Any social institution—and business is no exception—operates in society via a social contract, expressed or implied, whereby its survival and growth are based on: 1. the delivery of some socially desirable ends to society in general and 2. the distribution of economic, social, or political benefits to groups from which it derives its power”

Pandangan kontrak sosial bermula dari filosofi politik, di mana diakui bahwa masyarakat secara umum mempunyai kontrol untuk mengenyampingkan kebebasan individu guna mencapai tujuan yang lebih kolektif. Kontrak sosial akan timbul antara perusahaan dan individu sebagai anggota masyarakat. Masyarakat seperti dikatakan Mathews (1993: 26) merupakan kumpulan individu yang memberikan perusahaan status legal, atribut serta otoritas untuk memiliki dan menggunakan sumber daya serta untuk memperoleh pegawai. Perusahaan dalam hal ini menggunakan sumber-sumber yang ada dalam masyarakat selain itu juga perusahaan membuang limbah ke lingkungan secara umum. Pada hakikatnya perusahaan tidak memiliki hak yang melekat untuk semua manfaat yang diperolehnya dan guna mempertahankan eksistensinya masyarakat akan mengharapkan manfaat yang melebihi biaya yang harus ditanggung oleh masyarakat.

The Corporate Report merupakan suatu kerangka konseptual yang dihasilkan oleh komite dan kelompok yang bekerja khususnya terkait dengan akuntansi. Dokumen ini dipublikasikan oleh The Institute of Chartered Accountants di England dan Wales pada tahun 1975. Laporan ini didasari oleh filosofi yang berhubungan dengan kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat. Beberapa poin kunci dalam *the Corporate Report* antara lain:

1. *Our basic approach has been that corporate reports should seek to satisfy, as far as possible the information needs of the users; they should be useful.*
2. *In our view there is an implicit responsibility to report publicly (whether or not required by law or regulation) incumbent on every economic entity whose size or format renders it significant.*

- 8
3. *We consider the responsibility to report publicly is separate from and broader than the legal obligation to report and arises from the custodial role played in the community by economics entities.*
 4. *The reporting responsibility we identify is an all purpose one, intended for the general information of all users outside those charged with the control and management of the organization.*
 5. *In this context public responsibility does not imply more than the responsibility to provide general purpose information.*
 6. *Corporate report are the primary means by which the management of an entity is able to fulfill its reporting responsibility by demonstrating how resources with which it has been entrusted have been used.*
 7. *Users of corporate reports we define as those having a reasonable right to information concerning the reporting entity.*
 8. *viii. The groups we identify as having a reasonable right to information and whose information needs should be recognized by corporate reports are: the equity investor group, the loan creditor group, the employee group, the analyst advisor group, the business contact group, the government and the public. (ASSC. 1975: 1517)*

Donaldson (1982: 57) dalam Mathews (1993) mengatakan bahwa fungsi yang mendasari organisasi dari sudut pandang masyarakat adalah untuk mendorong kesejahteraan sosial melalui kepuasan terhadap kepentingan konsumen dan pekerja, sementara pada saat yang sama berada dalam koridor keadilan. Apabila mereka gagal memenuhi harapan ini maka perusahaan akan menghadapi kritik moral. Apabila perusahaan baik di Amerika atau di mana pun juga menghasilkan produk yang berbahaya atau mereka menekan pekerjanya untuk bekerja melampaui limit yang masuk akal, perusahaan itu akan dianggap gagal memenuhi kontrak hipotetik-kontrak antara perusahaan dan masyarakat.

Pandangan kontrak sosial ini mengisyaratkan bahwa analisis dan pengungkapan harus memberi kemampuan kepada masyarakat untuk mengevaluasi kinerja organisasi secara meyakinkan dan sesuai

dengan keinginan masyarakat. Argumen-argumen di atas menunjukkan bagaimana akuntansi sosial dapat menjadi justifikasi atas tersedianya tambahan informasi kepada kelompok yang lebih luas daripada pemegang saham dan kreditor.

Meskipun terdapat pendapat yang menyatakan bahwa *disclosure* tidak banyak diminati oleh para pembaca laporan keuangan, kenyataan menunjukkan bahwa terdapat pergeseran kepentingan yang membuat informasi secara khusus informasi tanggung jawab sosial perusahaan mulai diperhatikan banyak kalangan. Pengalaman menunjukkan bahwa penekanan pada informasi keuangan tradisional tidak selamanya bisa menjawab kebutuhan pihak-pihak yang terlibat yang menginginkan bukan hanya informasi mengenai *future earnings* (pendapatan di masa mendatang), melainkan juga informasi mengenai tanggung jawab sosial dan interaksi perusahaan dengan lingkungan dan masyarakat sekitarnya (Adams, 2004; Anderson *et al.*, 2005). Selain itu, Clark *et al.* (2005) dan Chua (2006) mengindikasikan bahwa perubahan keadaan termasuk meningkatnya lingkungan bisnis global telah menguatkan pentingnya isu-isu nonkeuangan.

Mayoritas eksekutif puncak di perusahaan multinasional juga percaya bahwa ukuran kinerja nonfinansial dalam jangka panjang lebih besar pengaruhnya dalam menciptakan nilai pemegang saham daripada ukuran kinerja keuangan (Pricewaterhouse Coopers, 2002). Dari perspektif akademis, Lev (2001) berpendapat bahwa ketika nilai pasar perusahaan dipisahkan dari nilai aset yang nyata, informasi nonkeuangan memberikan alternatif untuk mengukur besar nilai tak berwujud perusahaan saat ini, sesuatu yang tidak dapat ditemukan dalam laporan keuangan tradisional.

Adanya pergeseran kepentingan ini disikapi oleh perusahaan dengan meningkatkan perhatian terhadap kegiatan tanggung jawab sosial. Data dari Social Investment Forum 2006 menunjukkan bahwa antara tahun 1995–2005 terjadi peningkatan investasi di bidang tanggung jawab sosial dari \$639 miliar menjadi \$2.29 triliun (SIF, 2006). Meningkatnya investasi di bidang tanggung jawab sosial ini seperti dikatakan Webb *et al.* (2007) menyebabkan kelompok multi

stakeholders, seperti GRI dan CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies) memberikan perhatian lebih atas informasi sosial dan lingkungan guna keseimbangan analisis.

Banyak perusahaan internasional merespons hal ini dengan menyediakan berbagai pengungkapan CSR. KPMG International melaporkan bahwa 80 persen dari 250 perusahaan Fortune 500 membuat laporan CSR (KPMG, 2008). Ambachtsheer (2005) menemukan bahwa 37% manajer investasi di seluruh dunia menyatakan bahwa indikator kinerja SRI akan menjadi pengungkapan utama dalam lima tahun ke depan, sementara 73% memprediksi bahwa indikator ini akan menjadi pengungkapan utama dalam 10 tahun ke depan.

Munculnya permintaan atas informasi berkaitan dengan tanggung jawab lingkungan perusahaan berasal dari berbagai pihak yang berbeda. Mastrandonas dan Strife (1992) menemukan bahwa investor dan *stakeholders* lain menginginkan lebih banyak pengungkapan karena meningkatnya perhatian mereka tentang besarnya biaya dan kewajiban yang berhubungan dengan isu-isu lingkungan. Gozali *et al.* (2001) mengatakan bahwa sebagai akibat atas permintaan ini muncul persyaratan pengungkapan lingkungan yang dikeluarkan oleh SEC pada Juni 1993 melalui Staff Accounting Bulletin 92 (SAB 92) yang mengatur pengungkapan yang lebih jelas atas kewajiban lingkungan perusahaan.

Di Australia, kebutuhan *stakeholders* akan informasi juga tercatat dalam laporan yang diterbitkan oleh *Environmental Accounting Task Force* (EATF) pada Oktober 1996 dengan judul *Corporate Reporting the Green Gap*. Laporan ini secara terperinci mengungkapkan bahwa mayoritas pengguna laporan tahunan menginginkan informasi mengenai kinerja lingkungan perusahaan di Australia dan bahwa mereka mencari informasi tersebut melalui laporan tahunan.

Permintaan akan pengungkapan CSR menurut Epstein dan Freedman (1994) dapat dilihat dari beberapa perspektif. Pertama, apakah *stakeholders* pada kenyataannya menginginkan informasi ini.

Kedua, apakah *stakeholders* menggunakan pengungkapan CSR yang ada dalam membuat keputusan. Menurut Epstein dan Freedman (1994), pengungkapan CSR dalam terminologi yang luas terdiri dari hubungan perusahaan dengan seluruh *stakeholders* karenanya menurut mereka, informasi mengenai kinerja sosial perusahaan pasti berguna untuk beragam *stakeholders*.

Apa yang dikemukakan oleh Epstein dan Freedman (1994) ini didukung oleh Longstreth dan Rosenbloom (1973) yang menyatakan bahwa sekalipun beberapa investor menginginkan informasi sosial namun mereka tidak begitu perhatian dengan kinerja sosial perusahaan. Buzby dan Falk (1978) menemukan bahwa sejumlah manajer investasi menyatakan bahwa mereka mempertimbangkan informasi sosial dalam keputusan investasinya. Rockness dan William (1988) juga menemukan permintaan yang kuat atas beragam tipe informasi sosial dari para manajer investasi. Selain itu, mereka biasa mengandalkan laporan tahunan sebagai sumber untuk mendapatkan informasi sosial ini. Harte *et al.* (1991) yang juga menemukan bahwa laporan tahunan perusahaan merupakan sumber penting atas informasi sosial selain sumber lain.

Selain itu, Brown dan Dacin (1997) juga memberikan bukti bahwa informasi pengungkapan tanggung jawab sosial mempunyai nilai atau bermanfaat bagi konsumen. Brown dan Dacin (1997) menyatakan bahwa kepercayaan konsumen terhadap produk dipengaruhi oleh informasi yang mereka miliki mengenai kemampuan perusahaan dan tanggung jawab sosial produsen. Persepsi yang negatif atas CSR ditunjukkan dengan perilaku konsumen yang negatif, sementara persepsi positif atas CSR memberikan efek positif atas perilaku konsumen. Temuan Brown dan Dacin (1997) ini menunjukkan bahwa informasi mengenai tanggung jawab sosial digunakan oleh konsumen dalam berperilaku terhadap produk perusahaan.

Apa yang telah diuraikan di atas menunjukkan bahwa pergeseran kepentingan yang disebabkan oleh perubahan kondisi ekonomi global membuat berbagai *stakeholders* dengan alasan

masing-masing menginginkan informasi tanggung jawab sosial lingkungan menjadi bagian yang melengkapi informasi keuangan tradisional. Hal ini disikapi oleh perusahaan dengan berusaha menyediakan informasi tanggung jawab sosial dan meningkatkan investasi di bidang tanggung jawab sosial. Berbagai pendapat yang dikemukakan di atas menunjukkan bahwa informasi tanggung jawab sosial yang biasanya diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan merupakan informasi yang diinginkan atau yang dihendaki untuk diungkapkan kepada publik terutama oleh para investor selain oleh nasabah dan regulator

3.3. Teori di Balik Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)

Choi (1999) mengatakan bahwa tidak ada suatu teori yang spesifik yang dapat digunakan untuk menjelaskan praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Teori legitimasi, teori *stakeholders*, teori akuntansi ekonomi politik, dan teori agensi telah digunakan dalam banyak studi tersebut. Gray *et al.* (1995) mengatakan bahwa praktik CSR merupakan suatu aktivitas yang kompleks yang tidak dapat secara penuh dijelaskan dengan perspektif suatu teori tersendiri. Choi (1999) dalam hal ini mendukung pendapat Gray *et al.* (1995) bahwa setiap teori bersandar pada argumen teori yang berbeda yang akan mengimplikasikan berbagai motivasi perusahaan untuk melakukan pengungkapan informasi. Hal ini juga didukung oleh Lann (2004) yang mengatakan bahwa teori legitimasi lebih tepat untuk menjelaskan pengungkapan sosial perusahaan.

Tulisan ini bertujuan untuk melihat lebih jauh dua teori utama yang banyak digunakan dalam tulisan terkait dengan praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu teori legitimasi dan teori *stakeholders*. Selain itu, akan membahas mengenai motivasi manajer dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial serta pemikiran-pemikiran berkaitan dengan praktik pengungkapan tanggung jawab sosial dan hubungannya dengan kinerja perusahaan.

Dua teori utama yang sering digunakan untuk menjelaskan fenomena pengungkapan tanggung jawab sosial ini adalah teori legitimasi dan teori *stakeholders*. Dalam pandangan teori legitimasi, perusahaan melakukan pengungkapan sosial lingkungan dalam upaya untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat khususnya atas kelangsungan organisasi. Teori legitimasi mengatakan bahwa organisasi secara terus-menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat di mana mereka berada. Legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan, dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Suchman, 1995).

Teori *stakeholders* mengakui bahwa terdapat sejumlah *stakeholders* dalam masyarakat yang berinteraksi dengan cara yang dinamis dan kompleks. Teori *stakeholders* menjelaskan pengungkapan sosial perusahaan sebagai cara untuk berkomunikasi dengan *stakeholders*. Ulmann (1985) menyimpulkan bahwa pengungkapan sosial merupakan strategi yang digunakan untuk mengelola hubungan dengan *stakeholders* dengan mempengaruhi level permintaan yang berasal dari *stakeholder* yang berbeda. Semakin penting *stakeholders* itu bagi kesuksesan organisasi, semakin besar kemungkinan organisasi akan memenuhi permintaannya.

3.3.1. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Pandangan Teori Legitimasi

Seperti diindikasikan di atas, salah satu faktor yang banyak dibahas oleh penulis mengenai motivasi manajer untuk melakukan pengungkapan sosial lingkungan adalah untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat khususnya atas kelangsungan organisasi. Pandangan ini ada dalam teori legitimasi. Teori legitimasi, sama seperti teori ekonomi politik dan teori *stakeholders* dipandang sebagai teori orientasi sistem. Menurut Gray *et al.* (1996),

"...a system oriented view of the organization and society...permits us to focus on the role of information and disclosure in the relationship(s) between organizations, the state, individuals and groups"

Dalam perspektif orientasi sistem, suatu entitas dipengaruhi dan sebaliknya mempengaruhi komunitas di mana entitas itu melakukan kegiatannya. Kebijakan pengungkapan perusahaan dipandang sebagai suatu hal penting di mana manajer dapat mempengaruhi persepsi pihak lain atas organisasi tersebut.

Pandangan yang diberikan oleh teori legitimasi sebenarnya dibangun berdasarkan teori lain, yaitu teori ekonomi politik. Teori ekonomi politik secara eksplisit mengakui kekuatan konflik yang terdapat dalam masyarakat serta berbagai perebutan yang terjadi dalam berbagai kelompok dalam masyarakat. Teori ekonomi politik memberi penekanan pada hubungan fundamental antara dorongan ekonomi dan politik dalam masyarakat (Miller, 1994) dan mengakui pengaruh laporan akuntansi terhadap distribusi pendapatan, kekuasaan, dan kekayaan (Cooper dan Shereer, 1984).

Menurut Deegan (2002), perspektif yang dicakup dalam teori legitimasi dan juga teori politik ekonomi adalah bahwa masyarakat, politik, dan ekonomi tidak dapat dipisahkan dan isu-isu ekonomi tidak dapat diinvestigasi secara bermakna dalam kondisi ketiadaan pandangan mengenai kerangka institusi politik dan ekonomi di mana kegiatan ekonomi itu dijalankan. Dengan mempertimbangkan ekonomi politik, seseorang akan lebih mampu untuk mempertimbangkan isu yang memberi pengaruh atas kegiatan organisasi dan informasi apa yang dipilih untuk diungkapkan. Menurut Guthrie dan Parker (1990), perspektif ekonomi politik memandang laporan akuntansi sebagai dokumen ekonomi, politik dan sosial. Semua ini dianggap sebagai alat untuk mengkonstruksi, mempertahankan, dan melegitimasi rencana, institusi, dan ideologi yang akan memberikan kontribusi bagi kepentingan perusahaan. Pengungkapan dalam hal ini memiliki kapasitas untuk menyampaikan makna ekonomi, sosial, dan politik kepada para penerima laporan.

5

Teori legitimasi sebagaimana dijelaskan Suchman (1995) mengatakan bahwa organisasi secara terus menerus berupaya meyakinkan masyarakat bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat. Legitimasi dalam hal ini dianggap menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas, ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan, dan definisi yang dikembangkan secara sosial. Untuk mencapai tujuan ini organisasi berusaha untuk mengembangkan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang dihubungkan atau diimplikasikan dengan kegiatannya dan norma-norma dari perilaku yang diterima dalam sistem sosial yang lebih besar di mana organisasi itu berada serta menjadi bagiannya (Dowling dan Pfeffer, 1975). Konsisten dengan hal ini, Richardson (1987) mengatakan bahwa akuntansi adalah institusi yang melegitimasi dan memberikan suatu makna di mana nilai-nilai sosial dihubungkan dengan tindakan ekonomi.

Lindblom (1993) dan Dowling dan Pefer (1975) mengatakan bahwa terdapat empat strategi legitimasi yang dapat diadopsi organisasi ketika mereka dihadapkan pada gangguan atas legitimasinya atau jika dipandang terdapat kesenjangan legitimasi. Kesenjangan legitimasi terjadi jika kinerja perusahaan tidak sesuai dengan harapan dari masyarakat yang relevan atau stakeholders. Dalam hal ini suatu organisasi dapat:

1. Mengubah output, metode, atau tujuan agar sesuai dengan harapan dari masyarakat yang relevan dan kemudian mereka menginformasikan perubahan ini kepada kelompok masyarakat tersebut.
2. Tidak mengubah output, metode, ataupun tujuan, tetapi mendemonstrasikan kesesuaian dari output, metode, dan tujuan melalui pendidikan dan informasi.
3. Mencoba untuk mengubah persepsi dari masyarakat dengan menghubungkan organisasi dengan simbol-simbol yang memiliki status legitimasi yang tinggi.

- 5
4. Mencoba untuk mengubah harapan masyarakat dengan menyesuaikan harapan mereka dengan output, tujuan, dan metode organisasi.

4
Dilihat dari definisinya, pengungkapan sosial perusahaan sesuai dengan paling tidak salah satu dari strategi di atas sebagai implementasi dari strategi legitimasi yang harus melibatkan komunikasi (pengungkapan) dari organisasi. Organisasi dapat mengimplementasikan salah satu dari strategi tersebut atau kombinasi dari masing-masing strategi melalui pengungkapan informasi dengan berbagai media. Oleh sebab itu, pengungkapan informasi perusahaan dapat dipandang sebagai suatu strategi yang dapat dipergunakan oleh organisasi untuk mempertahankan legitimasinya.

3.3.2. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Berdasarkan Pandangan Teori *Stakeholders*

5
Selain teori legitimasi, praktik pengungkapan sosial dapat dijelaskan dengan teori *stakeholders*. Baik teori legitimasi maupun teori *stakeholders* dikembangkan dari perspektif teori ekonomi politik. Walaupun terdapat perbedaan antara kedua teori ini keduanya sama-sama memberikan perhatian atas hubungan antara organisasi dan lingkungan di mana organisasi tersebut menjalankan kegiatannya.

9
Teori *stakeholders* mengakui bahwa terdapat sejumlah *stakeholders* dalam masyarakat yang berinteraksi dengan cara yang dinamis dan kompleks. Teori *stakeholders* menjelaskan pengungkapan sosial perusahaan sebagai cara untuk berkomunikasi dengan *stakeholders* dan memiliki dua cabang, yaitu *ethical normative* dan positif/manajerial (Deegan, 2000). Cabang positif menjelaskan bahwa pengungkapan sosial perusahaan merupakan cara untuk mengelola hubungan organisasi dengan kelompok *stakeholders* yang berbeda. Semakin penting *stakeholders* bagi organisasi, semakin besar usaha yang dilakukan untuk mengelola hubungan tersebut (Deegan, 2000).

Adapun cabang *ethical* dari teori *stakeholders* menyatakan bahwa semua *stakeholders* memiliki hak yang sama untuk

diperlakukan secara adil dan isu kekuasaan *stakeholders* tidak relevan dalam hal ini (Deegan, 2000). Pandangan ini merefleksikan kerangka pertanggungjawaban yang dikemukakan oleh Gray *et al.* (1996) yang menyatakan bahwa organisasi bertanggung jawab kepada semua *stakeholders* untuk mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan.

Teori *stakeholders* dalam hal ini berusaha untuk menyampaikan pertanyaan dasar dengan cara yang sistematis: kelompok *stakeholders* yang mana yang harus dilayani atau memerlukan perhatian manajer dan yang mana yang tidak. Analisis *stakeholders* memberikan kemampuan untuk mengidentifikasi kelompok-kelompok yang berkepentingan di masyarakat kepada siapa organisasi dianggap bertanggung jawab. Analisis *stakeholders* ini pada awalnya mengidentifikasi *stakeholders* yang memiliki hak yang sama atas informasi dan selanjutnya, memprioritaskan kepentingannya (Gray, 2001). Dengan mempertimbangkan keberagaman *stakeholders* organisasi dan secara khusus ketidakmampuan pengungkapan secara umum untuk memberikan semua informasi yang dibutuhkan, pengungkapan tanggung jawab sosial menimbulkan konflik di antara *stakeholders*. Resolusi dari konflik ini merupakan refleksi dari besarnya kekuasaan dari kelompok *stakeholders* dalam lingkungan organisasi. Hal ini konsisten dengan teori *stakeholders* yang menyatakan bahwa “tujuan utama dari perusahaan adalah untuk mencapai kemampuan untuk menyeimbangkan konflik dari berbagai *stakeholders* dalam suatu perusahaan” (Roberts, 1991).

Ulmann (1985) menyimpulkan bahwa pengungkapan sosial merupakan strategi yang digunakan untuk mengelola hubungan dengan *stakeholders* dengan mempengaruhi level permintaan yang berasal dari *stakeholders* yang berbeda. Semakin penting *stakeholders* itu bagi kesuksesan organisasi, semakin besar kemungkinan organisasi akan memenuhi permintaannya.

Baik teori legitimasi maupun teori *stakeholders* telah menjelaskan mengenai apa yang menyebabkan perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Pada dasarnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan untuk

memperlihatkan kepada masyarakat aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan pengaruhnya terhadap masyarakat. Dilihat dari satu sisi, tujuan ini memiliki maksud yang baik. Namun, penjelasan atas teori-teori ini menunjukkan bahwa terdapat banyak motivasi yang bertitik tolak dari kepentingan manajer ataupun perusahaan. Bahwa tujuan akhir dari adanya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah tidak lain untuk menunjang tujuan utama perusahaan dalam usaha mendapatkan profit maksimum yang pada akhirnya bermuara pada peningkatan kesejahteraan pemilik.

Kesadaran akan perlunya tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan bahwa sebetulnya dunia bisnis memiliki kepedulian terhadap masyarakat di luar bisnis itu sendiri. Walaupun kesadaran ini muncul akibat adanya tekanan dari kelompok-kelompok tertentu. Dalam perjalanan berkembangnya dua teori utama di balik praktik pengungkapan tanggung jawab sosial, perusahaan kembali menunjukkan sifat egoistis dari bisnis yang selalu mementingkan diri sendiri. Apa yang pernah diungkapkan oleh Friedman (1970) seolah memberikan suatu dalil yang kuat bagi para pelaku bisnis untuk menjalankan kegiatan tanggung jawab sosial sebagai bagian dari strategi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Tulisan Greer dan Bruno (1998) yang menelanjangi kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial lingkungan 20 perusahaan di dunia, seolah mempertegas bahwa kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilatarbelakangi oleh teori-teori kapitalis seperti teori *stakeholders* dan legitimasi memang hanya berpihak pada perusahaan dan pada akhirnya menciptakan ketidakadilan bagi *stakeholders* lainnya.

4.

MENYUSUR JEJAK TERDAHULU

“Telah tampak kerusakan di darat dan di laut
Disebabkan karena perbuatan tangan manusia;
Allah menghendaki agar mereka
merasakan sebagian dari akibat perbuatan mereka,
agar mereka kembali ke jalan yang benar”
(Q.S. Arrum: 41)

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan CSRD yang dinyatakan oleh Mathews (1993) merupakan suatu pengungkapan secara sukarela atas informasi kualitatif dan kuantitatif yang dilakukan oleh organisasi guna menginformasikan atau mempengaruhi pembaca. Pengungkapan dalam hal ini diuraikan Mathews (1993) dapat berupa informasi keuangan ataupun nonkeuangan.

Sehubungan dengan pentingnya pengungkapan dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan citra perusahaan beberapa model baik konseptual maupun operasional telah dikembangkan, antara lain oleh Ramanathan (1976), Jackman (1982), Wartick dan Cochran (1985), Brooks (1986), Gray *et al.* (1987) dan Raar (2002). Selain itu, beberapa konsep dan panduan juga diberikan, antara lain oleh Carrol (1979; 1991; 1998) dengan konsep *Corporate Citizenship* dan *Global Reporting Initiative* (GRI) (2006) dengan panduannya atas *sustainability reporting*. Pada bagian ini juga akan dibahas beberapa

alternatif pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan pandangan Islam seperti yang ditulis oleh Sulaiman dan Willett (2003), Maali *et al.* (2003), Haniffa dan Hudaib (2004), dan Hameed *et al.* (2004).

4.1. Perkembangan Konseptual dan Model Operasional Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Ramanathan (1976) memberikan suatu kerangka konseptual untuk pengembangan akuntansi sosial. Ramanathan merupakan salah satu penulis yang perhatian dengan semua aspek kinerja sosial suatu organisasi. Kerangka kerja yang dikembangkannya tidak memisahkan antara *Social Responsibility Accounting* dan *Total Impact Accounting*. Hal ini jelas digambarkan dalam tujuan dari akuntansi sosial:

1. Tujuan dari akuntansi sosial perusahaan adalah untuk mengidentifikasi dan mengukur kontribusi sosial bersih periodik dari suatu perusahaan yang mencakup tidak hanya biaya dan manfaat yang diinternalisasikan ke perusahaan, tetapi juga yang timbul dari eksternalitas yang mempengaruhi segmen sosial yang berbeda.
2. Tujuan dari akuntansi sosial perusahaan adalah untuk membantu menentukan apakah strategi dan praktik perusahaan individu yang secara langsung mempengaruhi sumber daya relatif dan status kekuasaan individu, komunitas, segmen sosial, dan generasi konsisten dengan prioritas sosial yang dibagikan secara luas di satu sisi dan aspirasi individu yang sah di sisi lain.
3. Tujuan dari akuntansi sosial perusahaan sosial adalah untuk menyediakan secara optimal, untuk semua konstituen sosial, informasi yang relevan tentang tujuan perusahaan, kebijakan, program, kinerja, dan kontribusi untuk tujuan sosial. Informasi yang relevan adalah yang menyediakan akuntabilitas publik dan juga memfasilitasi pengambilan keputusan publik mengenai pilihan sosial dan alokasi sumber daya sosial. Secara optimal menyiratkan strategi pelaporan yang efektif biaya/manfaat yang

juga secara optimal menyeimbangkan potensi konflik informasi di antara berbagai konstituen sosial perusahaan.

Wartick dan Cochran (1985) menekankan perlu dikembangkannya tiga dimensi bagi *corporate social performance*, yaitu *social responsibility*, *social responsiveness* dan *social issues management*. Tabel berikut ini memperjelas konsep tanggung jawab sosial menurut Wartick dan Cochran (1985).

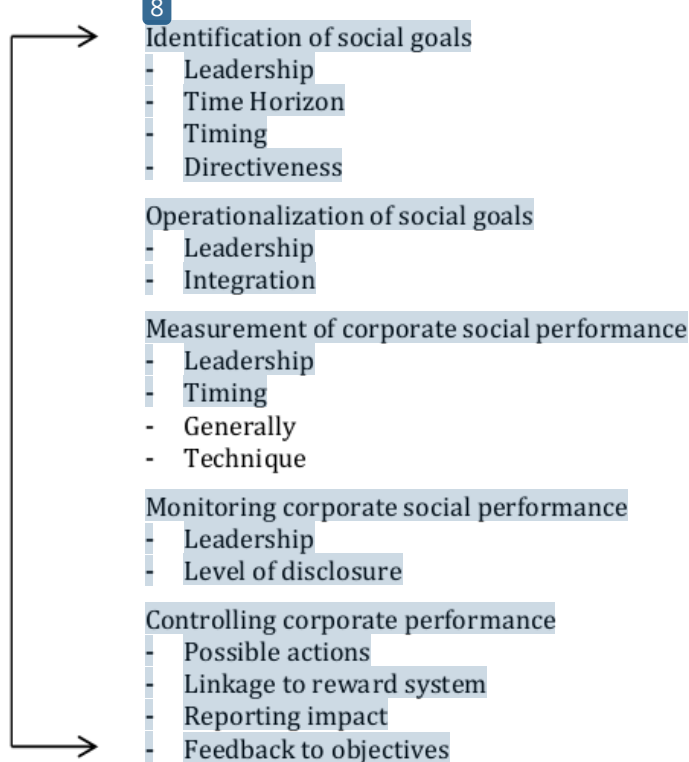
Tabel 4.1. Konsep ¹ Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Prinsip	Proses	Kebijakan
Tanggung Jawab Sosial Perusahaan 1. Ekonomi 2. Legal 3. Etika 4. Pilihan	Ketanggapan Sosial perusahaan 1. Reaktif 2. Defensif 3. Akomodatif 4. Proaktif	Manajemen isu sosial 1. Identifikasi isu 2. Analisis isu 3. Pengembangan respons
Ditujukan pada 1. Kontrak sosial bisnis 2. Bisnis sebagai agen moral	Ditujukan pada: 1. Kapasitas untuk merespons kondisi perubahan sosial 2. Pendekatan manajerial untuk mengembangkan respons	Ditujukan pada: 1. Meminimalisir kejutan 2. Menentukan efektifitas kebijakan sosial perusahaan
Orientasi Filosofi	Orientasi Institusi	Orientasi Organisasi

Sumber: Wartick dan Cochran (1985: 767)

Selanjutnya, Brooks (1986) memberikan suatu model konseptual dengan mempertimbangkan adanya laporan reguler sebagai bagian dari proses mengembangkan, memonitor, serta mengontrol kinerja sosial perusahaan (*Corporate Social Performance*). Model yang digunakan adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1. Model Konseptual Brooks (1986)



Sumber: Brooks (1986: 157)

Brooks (1986) juga memberikan kerangka pengungkapan *corporate social performance* yang lebih terperinci, yaitu sumber daya manusia, produk, lingkungan, keterlibatan komunitas, tujuan operasional, isu keuangan, serta kelayakan untuk dipercaya. Menurut Brooks (1986), laporan *Corporate Social Performance* harusnya memuat status pencapaian, evaluasi yang dilakukan atas pencapaian serta persentase pencapaian. Lebih terperinci, Brooks (1986) menghendaki adanya perbandingan standar legal, norma industri, dan harapan eksekutif.

Gray *et al.* (1987) membuat dua bentuk model konseptual. Model yang pertama berkaitan dengan karakteristik yang dipersyaratkan bagi laporan sosial dan dikembangkan berdasarkan

akuntabilitas organisasi atas pengaruh yang ditimbulkan kepada masyarakat. Karakteristik itu adalah sebagai berikut:

1. Laporan harus disertai dengan pernyataan mengenai tujuan yang diinginkan dari laporan tersebut. Pernyataan tersebut harus memberikan kemampuan kepada pembaca untuk menilai: bagaimana pemilihan data dilakukan dan mengapa penyajian tertentu dipilih.
2. Tujuan laporan sosial harus untuk menginformasikan kepada masyarakat mengenai seberapa jauh organisasi telah memenuhi tanggung jawab yang diembannya.
3. Laporan berikut pemilihan data, penekanan, dan metode penyajian harus memberikan informasi yang relevan dengan tujuan dan secara khusus relevan dengan kepentingan kelompok yang dituju.
4. Laporan harus menyajikan data mentah (yang tidak dimanipulasi) yang dapat dimengerti tanpa memerlukan keahlian khusus dalam membaca laporan. Selain itu laporan harus diaudit.

Karakteristik yang dinyatakan oleh Gray *et al.* (1987) ini belum memberikan petunjuk secara terperinci mengenai apa saja yang harus dilaporkan namun setidaknya telah memberikan indikasi secara umum dan penting bagi suatu pernyataan awal. Adapun konsep kedua yang dilontarkan oleh Gray *et al.* (1987) memberikan indikasi mengenai kelompok yang dipengaruhi oleh perusahaan pada level primer serta menjelaskan secara ringkas mengenai hubungan antara perusahaan dan lingkungan.

Dalam upaya mengoperasionalkan konsep *Corporate Social Responsibility Disclosure*, beberapa pihak telah mencoba untuk memberikan model operasional bagi *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Model-model ini didesain untuk memberikan gambaran yang lebih rinci mengenai apa yang seharusnya diungkapkan dalam laporan tanggung jawab sosial perusahaan.

The Corporate Report yang dikeluarkan oleh ASSC pada tahun 1975 merupakan langkah paling awal dalam memberikan panduan

mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *The Corporate Report* mendefinisikan akuntansi sosial sebagai:

“The reporting of those costs and benefit, which may or may not be quantifiable in money term, arising from economic activities and substantially borne or received by the community at large or particular groups not holding a direct relationship with the reporting entity...” (Mathews, 1983: 78).

Lebih lanjut, *The Corporate Report* merekomendasikan sejumlah area sebagai bagian dari tanggung jawab sosial, yaitu laporan nilai tambah, laporan pekerja, pernyataan mengenai prospek masa depan, pernyataan mengenai tujuan perusahaan, dan laporan segmen.

Cheng (1976: 290) mengajukan “*Statement of Socio Economic Operations*” yang tujuannya dinyatakan seperti di bawah ini:

“The essential concept of the socio economic operations is to include what a business organizations has given to or held back from society. The statement is a tabulation of these expenditures made voluntarily and involuntarily by a business aimed at improving the welfare of employee, or public safety of the product or conditions of the environment. Offset against these expenditures would be negative charges for social action that is not taken but should have been taken”

Pernyataan ini dibagi dalam tiga bagian yaitu aktivitas internal dalam operasi domestik; hubungan eksternal dalam operasi domestik dan pertimbangan sosio-etik dalam operasi internasional. Komponen aktivitas internal dalam operasi domestik merujuk pada aktivitas di bidang, seperti program training, keamanan pekerja dan peningkatan kesehatan, peningkatan kondisi kerja, serta usaha untuk menghemat energi. Adapun komponen hubungan eksternal mencakup kontribusi sumbangan, instalasi alat pengontrol polusi, program pendidikan publik, pinjaman bagi pelajar, daur ulang, dan pengukuran kepuasan konsumen. Dalam bidang pertimbangan sosioetik, Cheng (1976) memasukkan pengembangan sumber daya manusia, penyediaan bantuan teknis, usaha untuk meningkatkan produktivitas agrikultur, serta meningkatkan standar hidup di wilayah-wilayah tertentu.

Gray *et al.* (1987) mencatat bahwa sejak tahun 1977, The Bilan Social mempersyaratkan perusahaan di Perancis yang memiliki lebih dari 750 pegawai untuk menerbitkan laporan *Social Balance Sheet* dan sejak 1982, aturan yang sama dikenakan pada perusahaan yang memiliki lebih dari 300 pegawai. *Social Balance Sheet* ini secara eksklusif lebih menekankan pada isu terkait dengan pekerja. Informasi yang harus diungkapkan dalam *Social Balance Sheet* adalah sebagai berikut:

1. Jumlah pegawai
2. Upah dan tunjangan tambahan
3. Kondisi kesehatan dan keamanan pekerja
4. Kondisi pekerjaan yang lain
5. Pendidikan dan pelatihan
6. Hubungan industrial
7. Hal-hal lain yang berhubungan dengan kualitas hidup pekerja

Jackman (1982) memberikan suatu kerangka pengungkapan yang lebih rinci. Menurutnya, perusahaan perlu melakukan tindakan untuk meningkatkan laporan kepada masyarakat dalam bidang: pertumbuhan ekonomi dan efisiensi, pendidikan, pekerja dan pelatihan, hak sipil dan kesamaan kesempatan, pengembangan dan perbaruan kota, pengurangan polusi, konservasi dan rekreasi, budaya dan seni, perawatan medis, dan pemerintahan. Selain itu, Jackman (1982) mengatakan bahwa seharusnya laporan tersebut disertai dengan suatu *check list social audit*.

The Union Europeenne des Experts Comptables, Economiques et Financiers (UEC) pada tahun 1983 merekomendasikan suatu bentuk pelaporan sosial. Laporan sosial yang direkomendasikan terdiri dari tiga bagian, yaitu ringkasan laporan, laporan sosial, dan catatan atas akun. Lebih detailnya diuraikan Gray *et al.* (1987: 22) sebagai berikut:

1. Ringkasan laporan merupakan garis besar dari kinerja sosial perusahaan sepanjang tahun bersamaan dengan pernyataan mengenai tujuan prinsip serta *review* prospek pada tahun mendatang.

2. Laporan sosial terdiri dari 9 area, yaitu level pekerjaan, kondisi kerja, kesehatan dan keamanan, pendidikan dan pelatihan, hubungan industri, upah dan tunjangan lain, distribusi nilai tambah, pengaruh terhadap lingkungan, perusahaan, dan pihak ketiga.
3. Catatan atas akun menjelaskan metode dan prinsip yang digunakan dalam mengukur kesembilan area di atas, memberikan informasi penuh atas perubahan metode, serta indikasi pengaruh atas perubahan metode atas hasil dan mendefinisikan terminologi yang digunakan.

Suatu bentuk pengungkapan lebih detail diajukan oleh Raar (2002) yang memberikan panduan berupa apa saja **tema dan item yang** sebaiknya **diungkapkan** berkaitan dengan pengungkapan **tanggung jawab sosial** lingkungan **perusahaan**. Instrumen yang dirancang Raar (2002) ini telah banyak digunakan dalam beberapa tulisan berkaitan dengan CSR. Berikut tema dan *item* yang diajukan oleh Raar (2002).

Tabel 4.2. Tema dan *Item* Pengungkapan CSR Menurut Raar (2002)

No.	Item
A.	Lingkungan
1	Mendesain fasilitas yang harmonis
2	Kontribusi dalam bentuk kas
3	Sumber daya alam, contoh daur ulang
4	Menggunakan sumber material secara efisien
5	Penerapan teknologi ramah lingkungan
6	Mendukung kampanye lingkungan
B.	Energi
7	Konservasi energi
8	Penggunaan energi secara efisien
9	Penggunaan material
10	Penghematan energi yang dilakukan
11	Mengurangi konsumsi energi
12	R & D guna meningkatkan efisiensi energi
13	Penerimaan penghargaan atau hukuman
14	Perhatian terhadap masalah kekurangan energi
15	Kebijakan berkaitan dengan energi

No.	Item
C.	Sumber daya
16	Kesehatan dan keamanan pegawai
17	Kaum minoritas dan wanita
18	Pelatihan pegawai
19	Bantuan/manfaat buat pegawai
20	Gaji pegawai
21	Profil pegawai
22	Skema pembelian saham buat pegawai
23	Moral pegawai
24	Hubungan industri
25	Informasi lain
D.	Keterlibatan komunitas
26	Donasi atau dukungan terhadap masyarakat
27	Pekerja paruh waktu
28	Dukungan terhadap proyek kesehatan publik
29	Bantuan riset medis
30	Bantuan pendidikan
31	Mendanai program beasiswa
32	Hal-hal lain berhubungan dengan masyarakat
33	Mendukung kampanye nasional
34	Mendukung industri lokal
35	Mengakui/mendukung masyarakat asli
36	Kompensasi buat masyarakat
E.	Lain-lain
37	Misi/kebijakan/tujuan perusahaan
38	Pengungkapan mengenai kelompok masyarakat lain
F.	Keberlanjutan
39	Informasi nilai-nilai sosial
G.	Hubungan eksternal
40	Persyaratan pemegang saham

Sumber: Raar (2002: 173)

Gray *et al.* (1996) memberikan gambaran yang lebih terperinci mengenai tema-tema pengungkapan yang perlu dilakukan terkait dengan tanggung jawab sosial. Mereka membuat kategori antara pengungkapan yang bersifat *voluntary* dan *mandatory*. Tema yang termasuk dalam pengungkapan *voluntary*, yaitu perlindungan lingkungan, penghematan energi, perlindungan konsumen, keamanan produk, keterlibatan komunitas, *value added statement*, kesehatan dan

keamanan, kesetaraan ras dan jenis kelamin, tunjangan tambahan, training pegawai, dan pernyataan misi tanggung jawab sosial. Tema yang termasuk dalam pengungkapan *mandatori*, yaitu sumbangan, data pegawai, dana pensiun, konsultasi pekerja, skema pembagian kepemilikan dengan pekerja, pekerja cacat, kewajiban kontingensi dan cadangan kesehatan dan keamanan, serta pemulihan lingkungan.

Jika kita melihat isi dari beberapa model operasional yang diajukan oleh penulis-penulis di atas, pada umumnya mereka mengajukan topik-topik berikut, yaitu informasi yang berhubungan dengan pekerja, perlindungan lingkungan dan polusi, keamanan produk, penggunaan energi, kegiatan riset dan pengembangan, statistik produktivitas, serta hubungan dengan komunitas sebagai bagian dari tanggung jawab sosial yang harus diungkapkan.

Informasi yang berkaitan dengan pekerja dapat ditampilkan dalam bentuk laporan pekerja atau akuntansi sumber daya manusia. Pengungkapan tanggung jawab sosial dalam hal ini meliputi informasi terperinci mengenai tenaga kerja, yaitu umur, lokasi dan tempat kerja, jenis kelamin, rata-rata upah, dan keanggotaan dalam serikat pekerja. Selain itu, adanya tunjangan tambahan dan kesempatan untuk mendapatkan pelatihan dan pengembangan dalam organisasi juga perlu diungkapkan.

Polusi dan perlindungan lingkungan merupakan topik yang banyak dimasukkan dalam model terutama secara khusus bagi perusahaan yang masuk dalam kategori perusahaan atau industri yang menimbulkan polusi. Mengungkapkan informasi mengenai polusi serta kemungkinan polusi dalam bentuk ukuran-ukuran riil merupakan hal penting. Perusahaan juga didorong untuk melakukan pengungkapan terkait dengan keamanan produk, hal ini berkaitan dengan tanggung jawab sosial terhadap konsumen. Selain itu, penggunaan energi juga merupakan poin penting yang harus diungkapkan baik dalam ukuran moneter ataupun nonmoneter. Pengungkapan mengenai penggunaan energi merupakan hal penting yang harus diinformasikan kepada *stakeholders* untuk menunjukkan

sejauh mana perusahaan memberi perhatian terhadap isu lingkungan secara global.

Pengungkapan mengenai kegiatan perusahaan dalam bidang riset dan pengembangan seringkali dianggap sebagai topik yang sensitif dan untuk alasan rahasia perusahaan seringkali tidak diungkapkan. Namun demikian pengungkapan dalam area ini dapat meliputi, misalnya berapa banyak proyek yang sedang dalam pengembangan, banyaknya paten yang dimiliki perusahaan, serta produk-produk baru atau produk yang akan diluncurkan pada tahun mendatang. Pengungkapan ini akan menunjukkan sejauh mana perusahaan melakukan proses pembelajaran guna meningkatkan pelayanannya kepada konsumen dan pelanggannya serta masyarakat secara keseluruhan.

Kelompok pengungkapan yang berkaitan dengan kesejahteraan masyarakat adalah hal yang banyak disorot oleh penulis-penulis di atas. *Item-item* seperti kontribusi untuk sumbangan, pajak yang dibayar, program training bagi pekerja lokal, daur ulang produk, serta kontribusi untuk organisasi pendidikan dan olahraga merupakan contoh yang banyak ditemui. Banyak perusahaan yang membuat laporan terpisah untuk mempublikasikan kegiatan-kegiatan ini. Namun, biasanya pengungkapan dalam bidang ini menjadi pengungkapan utama dan punya kecenderungan untuk menampilkan informasi-informasi yang baik saja. Mathews (1993: 84) menegaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial harusnya dilakukan secara penuh atau lebih baik tidak usah sama sekali. Hal ini dikarenakan kekhawatirannya bahwa perusahaan punya kecenderungan untuk menampilkan informasi yang baik saja sehingga akan timbul kesalahan persepsi dalam masyarakat.

4.2. *Global Reporting Initiative (GRI), Triple Bottom Line Reporting dan ISO 26000*

Isu *sustainability development* merupakan isu yang mulai muncul pada tahun 2000-an. Isu ini punya hubungan kuat dengan konsep tanggung jawab sosial perusahaan khususnya terhadap

lingkungan. Publikasi Bruntland Report pada tahun 1987 dan konferensi tingkat tinggi di Rio de Janeiro dan Johannesburg yang didukung oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa telah mengembangkan kesadaran mengenai perlunya untuk merefleksikan secara mendalam bagaimana caranya masyarakat dapat memberikan kontribusi terhadap ke¹²jahteraan sosial tanpa perlu mengganggu kelangsungan hidup bumi. Sebagaimana hasil Konferensi Tingkat Tinggi Bumi (*Earth Summit*) di Rio de Janeiro Brazilia 1992, menyepakati perubahan paradigma pembangunan dari pertumbuhan ekonomi (*economic growth*) menjadi pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*).

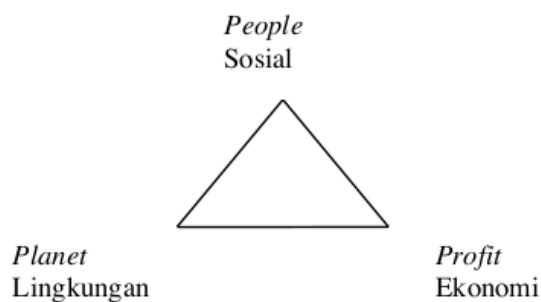
Sustainability Development dalam Bruntland Report (UNWCED, 198) diartikan sebagai pembangunan yang dapat memenuhi tujuan masyarakat sekarang tanpa membahayakan kemampuan generasi mendatang untuk juga dapat memenuhi kebutuhannya kelak (Bebbington, 2001: 132). Dalam perspektif perusahaan keberlanjutan dimaksud merupakan suatu program sebagai dampak dari usaha-usaha yang telah dirintis berdasarkan konsep kemitraan dan rekanan dari masing-masing *stakeholders*. Menurut Daniri (2007), terdapat lima elemen sehingga konsep keberlanjutan menjadi penting, di antaranya adalah (1) ketersediaan dana, (2) misi lingkungan, (3) tanggung jawab sosial, (4) terimplementasi dalam kebijakan (masyarakat, korporat, dan pemerintah) dan (5) mempunyai nilai keuntungan/manfaat.

Global Reporting Initiatives (GRI) merupakan institusi yang paling relevan berkaitan dengan konteks *sustainability reporting*. Sampai dengan sekarang, lebih dari 1000 organisasi dari 60 negara telah menerbitkan *sustainability reporting* berdasarkan *guidelines* GRI. Dalam perjalanannya, *GRI guidelines* telah mengalami perubahan sebanyak empat kali, yaitu G2 yang dikenalkan pada tahun 2002 sebagai perbaikan dari *guidelines* awal yang terbit pada tahun 2000. Selanjutnya, dikenal G3 atau dikenal sebagai "*Third Generation*" diterbitkan pada Oktober 2006 yang merupakan peningkatan dari apa yang ada di G2. Pada tahap berikutnya, G3 berubah menjadi G4

sebelum akhirnya pada tahun 2008 GRI menjadi suatu standar yang digunakan oleh banyak organisasi di dunia. GRI sendiri merupakan proyek dari Coalition for Environmentally Responsible Economies dengan *United Nations Environmental Program* yang menerbitkan panduan (*guideline*) pertamanya pada Juni 2000. *GRI guidelines* mengelompokkan *sustainability reporting* dalam kerangka ekonomi, lingkungan, dan kinerja sosial. Konsep ini lah yang dikenal sebagai *Triple Bottom Line Reporting*.

Istilah *Triple Bottom Line* sendiri dipopulerkan oleh John Elkington pada tahun 1997 melalui buku berjudul "*Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*". Elkington mengembangkan konsep Triple Bottom Line dalam istilah *economic prosperity, environmental quality dan social justice*. Dalam buku tersebut, Elkington memberi pandangan jika suatu perusahaan ingin berkelanjutan maka perusahaan itu harus memperhatikan "3P" yaitu *Profit, People* dan *Planet*. Bahwa selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan harus juga memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan ikut serta menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Hubungan ini diilustrasikan dalam bentuk segitiga berikut:

Gambar 4.2. Triple Bottom Line



Sumber: Wibisono (2007: 32)

Standar GRI dikembangkan sebagai suatu cara untuk membantu perusahaan untuk melaporkan kinerja lingkungan, sosial, dan ekonominya serta untuk meningkatkan tanggung jawab perusahaan.

Namun demikian, praktik yang ada menunjukkan realitas yang berbeda. Banyak organisasi yang mengklaim diri sebagai *GRI reporters* justru tidak berperilaku dengan cara yang bertanggung jawab guna menjawab permasalahan keberlanjutan seperti emisi gas, kesetaraan sosial, dan hak asasi manusia. GRI sendiri banyak mendapat kritikan dari berbagai pihak. Bebbington *et al.* (2004) mengatakan bahwa *guidelines* yang dikembangkan oleh GRI digunakan sebagai instrumen baru bagi manajemen untuk melegitimasi keputusan dan tindakannya. Larrinaga *et al.* (2002) dan Owen *et al.* (1997) menganggap bahwa GRI tidak mencukupi untuk membangun hubungan yang bertanggung jawab antara perusahaan dengan lingkungan dan masyarakat.

Pada bulan September 2004, ISO (International Organization for Standardization) sebagai induk organisasi standarisasi internasional berinisiatif mengundang berbagai pihak untuk membentuk tim yang membidani lahirnya panduan dan standarisasi untuk tanggung jawab sosial yang diberi nama ISO 26000: *Guidance Standard on Social Responsibility*. Pengaturan untuk kegiatan ISO dalam tanggung jawab sosial terletak pada pemahaman umum bahwa tanggung jawab sosial adalah sangat penting untuk kelanjutan suatu organisasi. Pemahaman tersebut tercermin pada dua sidang, yaitu “*Rio Earth Summit on the Environment*” tahun 1992 dan “*World Summit on Sustainable Development (WSSD)*” tahun 2002 yang diselenggarakan di Afrika Selatan (Daniri, 2007).

ISO 26000 seperti dikatakan Daniri (2007) menyediakan standar pedoman yang bersifat sukarela mengenai tanggung jawab sosial suatu institusi yang mencakup semua sektor badan publik ataupun badan privat baik di negara berkembang maupun negara maju. Dengan ISO 26000 ini, akan memberikan nilai tambah terhadap aktivitas tanggung jawab sosial yang berkembang saat ini dengan cara: 1) mengembangkan suatu konsensus terhadap pengertian tanggung jawab sosial dan isunya; 2) menyediakan pedoman tentang penerjemahan prinsip-prinsip menjadi kegiatan-kegiatan yang efektif dan 3) memilah praktik-praktik terbaik yang sudah berkembang dan

disebarluaskan untuk kebaikan komunitas atau masyarakat internasional.

12

ISO 26000 secara konsisten mengembangkan tanggung jawab sosial dalam 7 isu pokok, yaitu 1) Pengembangan Masyarakat, 2) Konsumen, 3) Praktik kegiatan institusi yang sehat, 4) Lingkungan, 5) Ketenagakerjaan, 6) Hak asasi manusia, 7) Tata kelola organisasi (*organizational governance*). ISO 26000 menerjemahkan tanggung jawab sosial sebagai tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan melalui perilaku transparan dan etis yang:

1. Konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat;
2. Memperhatikan kepentingan dari para *stakeholders*;
3. Sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional;
4. Terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan produksi, produk, maupun jasa.

Berdasarkan konsep ISO 26000, penerapan tanggung jawab sosial hendaknya terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi yang mencakup 7 isu pokok di atas. Dengan demikian, jika suatu perusahaan hanya memperhatikan isu tertentu saja, misalnya aspek lingkungan maka perusahaan tersebut sesungguhnya belum melaksanakan tanggung jawab sosial.

4.3. Corporate Citizenship

Istilah *corporate citizenship* mulai dipergunakan oleh beberapa kalangan selain istilah *corporate social responsibility*. Istilah ini diperuntukkan bagi kalangan bisnis yang memperlihatkan kinerja sosial (Carrol, 1998). Dorongan yang lebih besar diberikan sejak tahun 1996 oleh Presiden Clinton dengan memberikan penghargaan *Corporate Citizenship Award* bagi perusahaan di Amerika yang menunjukkan upaya-upaya yang mendukung para pekerjanya. IBM merupakan perusahaan yang berhasil memperoleh penghargaan ini pada tahun 1997 dan 1998 dengan inisiatif antiras bagi para

pekerjanya. Namun demikian, banyak kalangan yang memprotes bahwa *corporate citizenship* tidak seharusnya dimaknai sebagai hubungan antara perusahaan dan pekerja saja.

Dalam tulisannya "*The Four Faces of Corporates Citizenship*", Carrol (1998) menyatakan bahwa perusahaan harus memiliki empat wajah untuk dapat disebut sebagai *corporate citizenship*, yaitu *economic face*, *a legal face*, *an ethical face* dan *philanthropic face*. Perusahaan yang dapat dikatakan sebagai *Good Corporate Citizenship* diharapkan untuk menguntungkan, mematuhi hukum, memiliki perilaku yang beretika, serta memberikan sumbangan atau *philanthropy*. Pandangan Carrol (1998) mengenai empat wajah ini didasari pemikiran sebelumnya mengenai piramida tanggung jawab sosial perusahaan yang dikembangkannya pada 1991.

Menurut Carrol (1991: 4), terdapat empat macam tanggung jawab sosial yang membentuk tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu ekonomi, legal, etika, dan *philanthropy*. Tanggung jawab ekonomi mensyaratkan perusahaan untuk mampu mendapatkan keuntungan, memberikan pekerjaan yang baik bagi pegawainya, serta menghasilkan barang dan jasa yang diinginkan oleh masyarakat. Mengendalikan produktivitas pekerja dan memonitor komplain dari konsumen merupakan contoh dari kegiatan yang signifikan dengan tanggung jawab ekonomi. Tanggung jawab ekonomi lebih lanjut dijelaskan Carrol (1991) termasuk mencari pemasok bahan mentah, menemukan sumber alam baru, meningkatkan teknologi, dan mengembangkan produk baru. Dengan menjalankan peran ini, perusahaan diharapkan dapat memenuhi kesejahteraan ekonomi masyarakat serta menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

Tanggung jawab legal berhubungan dengan harapan masyarakat agar perusahaan menjalankan kegiatannya dalam kerangka hukum yang berlaku. Salah satu di antaranya adalah mengelola aset perusahaan sesuai dengan kepentingan pemegang saham dan mendistribusikan keuntungan sebagai dividen. Selain itu, perusahaan juga memiliki tanggung jawab legal terhadap pegawai, konsumen, pemasok, dan pihak lain termasuk masyarakat lokal. Tanggung jawab

legal yang biasanya dibuat oleh pemerintah maupun pihak lain yang terkait dengan aktivitas perusahaan biasanya akan meningkat bersamaan dengan adanya tekanan dari masyarakat.

Tanggung jawab etika menghendaki perusahaan untuk menjalankan aktivitasnya dengan cara yang bermoral, melakukan apa yang benar, adil, dan terbuka, serta menghindari merusak atau melukai masyarakat sosial. Tanggung jawab etika adalah menjalankan kebijakan, keputusan, dan kegiatan sesuai dengan harapan masyarakat luas sekalipun hal ini tidak diatur secara legal. Tanggung jawab etika dalam hal ini mengatasi keterbatasan tanggung jawab legal yang hanya mengatur apa yang tidak boleh dilakukan daripada proaktif menjelaskan apa yang seharusnya dilakukan.

Selanjutnya, berkaitan dengan tanggung jawab *philanthropy*, Carrol (1991) menjelaskan bahwa tanggung jawab ini berkaitan dengan kontribusi sukarela yang dilakukan oleh perusahaan dengan berpartisipasi dalam kegiatan dan program untuk kebaikan masyarakat di luar kewajiban ekonomi, legal, dan etika. *Philanthropy* dalam hal ini dimaknai sebagai “*give back*”. Roberto C. Goizueta, CEO Coca Cola, menegaskan bahwa “*business have an obligation to give something back to the communities that support them*”. Perilaku *philanthropy* ini lebih lanjut dijelaskan Carrol penting dilakukan oleh perusahaan untuk dapat disebut sebagai *good corporate citizenship*. Carrol (1991) mencontohkan tanggung jawab ini seperti sumbangan untuk organisasi kebudayaan dan menawarkan dana pendidikan bagi siswa kurang mampu.

1 4.4. **Tanggung Jawab Sosial dalam Perspektif Islam**

Dalam perspektif **Islam**, individu **pada** akhirnya akan bertanggung jawab pada Tuhan, sementara dalam akuntansi barat, individu dalam hal ini manajer bertanggung jawab pada *stakeholders* khususnya pemegang saham. Seperti yang dipahami dalam akuntansi konvensional, tujuan akuntansi pertanggungjawaban sosial adalah untuk menentukan pengaruh dari tindakan perusahaan terhadap kualitas hidup masyarakat dan menekankan pada pertanggung-

jawaban. Tujuan utama akuntansi pertanggungjawaban sosial mungkin sama dengan akuntansi Islam, tetapi akuntansi Islam memiliki fokus yang lebih luas. Penekanan pada keadilan sosial dalam Islam tidak hanya merujuk pada pengungkapan isu seperti pelaporan lingkungan, pekerja minoritas, dan hal lain yang serupa dengan ini. Laporan keuangan dalam perspektif Islam seharusnya dapat memberi kemampuan pada pemegang saham untuk menentukan kewajiban zakat, alat untuk mendistribusikan pendapatan. Selain itu, sementara isu seperti bunga dan praktik perdagangan yang tidak etis bukan merupakan isu sosial dalam perspektif barat, dalam Islam, isu-isu ini merupakan isu penting karena berpotensi mempengaruhi kesejahteraan masyarakat. Menurut Sulaiman dan Willett (2003), isu-isu ini merupakan isu yang harus diungkapkan dalam praktik pengungkapan suatu perusahaan yang beroperasi dalam masyarakat Islam.

Tanggung jawab sosial dalam Islam bukan hanya merupakan strategi atau alat bagi perusahaan untuk membangun nama baik atau meningkatkan kinerja keuangan dalam jangka panjang sebagaimana dinyatakan, antara lain oleh Burke dan Logsdon (1996); Windsor (2001); Lantos (2001 dan 2002); Johnson (2003); serta Greenfield (2004). Juga bukan sekadar tindakan untuk melegitimasi keberadaan perusahaan di masyarakat sebagaimana dinyatakan Suchman (1995) atau Deegan *et al.* (2002). Konsep tanggung jawab sosial dalam Islam sebagaimana diuraikan oleh Dusuki (2008) mencakup makna yang jauh lebih luas yang meliputi dimensi takwa di mana perusahaan sebagai kumpulan individu mempunyai peran dan tanggung jawab sebagai hamba dan khalifah di bumi.

Dalam pandangan Islam, hubungan antara individu dan perusahaan dengan Tuhan akan mempengaruhi konsep tanggung jawab. Tanggung jawab kepada Tuhan mengimplikasikan adanya tanggung jawab kepada masyarakat luas. Semua ini sesuai apa yang dikatakan Lewis (2001) bahwa perusahaan, baik manajer maupun pemilik modal bertanggung jawab atas segala tindakannya baik

internal maupun eksternal perusahaan, tanggung jawab di sini bermakna tanggung jawab kepada masyarakat.

Menurut Maali *et al.* (2003), dalam konteks Islam, tanggung jawab sosial individu berasal dari firman Tuhan dan hadis serta sunah rasul. Tujuan utama organisasi bisnis Islam adalah untuk memenuhi kehendak Tuhan. Dalam Islam, dibenarkan untuk mendapatkan keuntungan, tetapi tujuan ini harus didasari oleh syariah. Dasar perspektif Islam atas pelaporan sosial merupakan pemahaman atas konsep pertanggungjawaban, keadilan sosial, dan kepemilikan.

Maali *et al.* (2003) menjelaskan bahwa biarpun banyak teori yang telah digunakan untuk menjelaskan praktik pengungkapan sosial tidak satu pun yang memberikan kesimpulan atas pertanyaan mengapa pengungkapan sosial dilakukan atau apa bentuk dan isi yang tepat dari suatu pengungkapan sosial. Mereka yang telah banyak menulis mengenai tanggung jawab sosial sependapat bahwa sulit untuk menemukan penjelasan atas fenomena ini sehingga muncul pemikiran bahwa mungkin masalah sesungguhnya bukan pada teori. Namun, lebih pada sifat dari tanggung jawab itu sendiri.

Dalam masyarakat Barat, di mana teori tanggung jawab sosial dikembangkan, etika dianggap sebagai sesuatu yang relatif; suatu praktik yang diterima dalam suatu kelompok tertentu mungkin tidak diterima dalam kelompok lain dan tidak ada persetujuan atas suatu cara yang valid untuk menentukan etika. Berkaitan dengan hal ini, Gray *et al.* (1987) menyatakan bahwa mengidentifikasi tanggung jawab suatu organisasi merupakan suatu hal yang problematik karena terdapat perubahan tanggung jawab sepanjang waktu dan dari suatu tempat ke tempat yang lain dan tidak adanya kesepakatan untuk menentukan jawaban atas pertanyaan siapa yang berhak menentukan tanggung jawab apa yang seharusnya ada.

Pada sisi lain, dalam Islam, hak dan kewajiban individu dan organisasi terhadap pihak lain sangat jelas didefinisikan oleh agama. Hal ini menjadikan Islam lebih kuat dan lebih efektif dalam menyediakan basis untuk nilai-nilai etika. Dalam Islam, tanggung jawab didefinisikan secara baik, tidak akan berubah sepanjang waktu

dan tidak dipengaruhi oleh berbedanya kerangka teori. Hal ini membuat definisi tanggung jawab dalam Islam lebih stabil, sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Maali *et al.* (2003) bahwa Islam adalah agama yang relevan untuk setiap masa dan setiap tempat

4.5. Alternatif ¹ Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial bagi Bank Islam

Dalam bagian ini, penulis melakukan *review* atas isu pengungkapan tanggung jawab sosial dalam perspektif Islam, seperti diajukan oleh Sulaiman dan Willett (2003), Maali *et al.* (2003), Haniffa dan Hudaib (2004), dan Hameed *et al.* (2004).

Sulaiman dan Willett (2003) menggunakan kerangka HofstedeGray dalam mengembangkan model pelaporan perusahaan Islam. Model ini didasarkan pada anggapan bahwa terdapat hubungan yang erat antara nilai-nilai budaya dan pola sistem akuntansi. Nilai-nilai budaya merupakan petunjuk dalam mendesain sistem sosial suatu negara termasuklah akuntansi. Didasari pemikiran bahwa agama merupakan bagian dari suatu susunan menyeluruh dari nilai-nilai budaya. Sulaiman dan Willett (2003) menyatakan bahwa kerangka Hofstede Gray atas relevansi budaya dari suatu sistem akuntansi merupakan kerangka yang tepat dalam menjelaskan hubungan antara agama dan akuntansi.

Dengan menggunakan kerangka ini, Sulaiman dan Willett (2003), menggambarkan dan mendefinisikan informasi apa yang seharusnya dikandung oleh laporan yang Islami. Menurut Sulaiman dan Willett (2003), pelaporan perusahaan Islam harus memiliki fokus yang lebih luas daripada hanya berkonsentrasi pada kebutuhan untuk pengguna tradisional, seperti investor, kreditor, dan pemegang saham. Hal ini akan menampilkan konsep *accountability* dan *decision usefulness* dalam laporan perusahaan. *Accountability* merupakan konsep yang lebih luas daripada *decision usefulness*. Secara khusus dalam Islam, pertanggungjawaban kepada Tuhan sama seperti pertanggungjawaban kepada masyarakat. Oleh sebab itu, kebijakan

pengungkapan seharusnya tidak berdasarkan pada kepentingan pribadi.

Lebih jauh, Sulaiman dan Willett (2003) menyatakan bahwa praktik pengungkapan seharusnya berdasarkan apa yang terbaik bagi masyarakat. Hal ini akan meminta penekanan yang lebih besar pada akuntansi pertanggungjawaban sosial dan pelaporan isu-isu lingkungan. Suatu perusahaan yang beroperasi dalam lingkungan Islam seharusnya tidak menganggap dirinya sebagai bagian yang terpisah dari masyarakat.

Dalam pembahasannya, Sulaiman dan Willett (2003) hanya memberikan beberapa contoh pengungkapan yang dapat ditambahkan dalam indikator *Global Reporting Initiatives*, seperti informasi jumlah zakat yang dibayarkan, apakah perusahaan melakukan praktik monopoli, dan apakah perusahaan tersebut halal. Apa yang dijelaskan oleh Sulaiman dan Willett (2003) masih sebatas konsep bahwa sistem akuntansi dalam masyarakat Islam seharusnya mendukung transparansi dalam hal pengungkapan, praktik pengukuran yang kurang konservatif dan variasi yang lebih banyak dalam praktik pelaporan antar perusahaan dan waktu. Transparansi dalam pengungkapan termasuklah isu sosial dan lingkungan. Namun demikian, Sulaiman dan Willett (2003) tidak memberikan bagaimana bentuk dan *item* yang seharusnya diungkapkan oleh bank Islam.

Sementara Sulaiman dan Willett (2003) mengajukan alternatif dalam bentuk normatif atas praktik pengungkapan tanggung jawab sosial, Hameed *et al.* (2004) mengembangkan suatu indeks atas pengungkapan yang berdasarkan pada perspektif Islam, yaitu indeks pengungkapan Islam (*Islamicity Disclosure Index*). Indeks ini terdiri dari tiga indikator utama, yaitu *shari'ah compliance*, *corporate governance* dan *social/environment*. Ketiga indikator ini adalah sebagai berikut:

1) *Shari'ah Compliance*: dalam usaha untuk memastikan bahwa praktik dan aktivitas bank Islam tidak berlawanan dengan etika Islam, bank Islam diharapkan untuk memiliki Dewan Pengawas Syariah. Menurut Brisston dan El-Ashker (1986) dalam Hameed *et al.* (2004),

penting bagi perusahaan, seperti bank Islam untuk memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) guna memonitor kinerjanya dalam mematuhi prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini, Hameed *et al.* (2004) melengkapi syarat pengungkapan berdasarkan AAOIFI berkaitan dengan keberadaan DPS dalam lembaga perbankan. Menurut AAOIFI, beberapa hal yang harus diungkapkan terkait dengan DPS ini adalah prosedur penunjukan, komposisi, pemilihan, dan pemberhentian, laporan DPS serta identifikasi kegiatan sebenarnya yang dilakukan oleh DPS. Hameed *et al.* (2004) mengajukan dua pengungkapan lain, yaitu latar belakang pendidikan dan pengalaman anggota DPS.

Selain itu, berkaitan dengan informasi dasar, Hameed (2004) mengatakan bahwa bank Islam harus mengungkapkan tujuan, visi, dan misinya. Untuk memastikan kepatuhan terhadap syariah, tujuan, visi, dan misi harus segaris dengan tujuan utama didirikannya bank Islam. Lebih lanjut, Hameed *et al.* (2004) membahas mengenai laporan keuangan atau laporan tahunan. Menurut beliau, laporan keuangan atau laporan tahunan merupakan bahasa bisnis yang digunakan manajemen untuk mengomunikasikan kondisi keuangan organisasi, hasil operasi, dan informasi lain terkait dengan pihak ketiga. Menurut Hameed (2000), tujuan *decision usefulness* laporan keuangan lebih banyak dipengaruhi oleh nilai-nilai ekonomi kapitalis. Dalam Islam, jika suatu organisasi memberikan informasi akuntansi maka seharusnya informasi itu tidak memihak pada kelompok tertentu. Informasi akuntansi seharusnya merefleksikan kepentingan semua *stakeholders*, karyawan, kreditor, pemerintah, dan masyarakat sosial. Hal ini dikarenakan aspek sosial dalam Islam berlandaskan pada konsep tauhid (*unity*), adalah (*justice*), *ummah* (*community*) dan maslahat (*benefit for the people*) (Haniffa, 2002). Menurut Hameed *et al.* (2004), bagi institusi keuangan Islam, di samping tujuan keuangan, informasi lain yang berhubungan dengan kepatuhan organisasi terhadap syariah merupakan hal penting. Hal ini berarti bahwa informasi yang berkaitan dengan transendental, etik, moral, dan bidang keagamaan lain harus dimasukkan dalam laporan tahunan.

Berdasarkan semua ini, Hameed *et al.* (2004) mengajukan beberapa elemen yang seharusnya dilaporkan oleh bank Islam seperti informasi yang mengidentifikasi investasi Islami dan non-Islami, informasi yang mengidentifikasi pendapatan halal dan haram, informasi yang memberikan laporan perubahan investasi yang dibatasi, informasi laporan sumber dan penggunaan dana zakat dan sedekah, informasi yang menjelaskan sumber dan penggunaan dana *qardhul hasan*, dan informasi yang dengan jelas mengidentifikasi sumber pendapatan.

Hal lain yang diajukan oleh Hameed *et al.* (2004) guna menjustifikasi kepatuhan syariah dari laporan keuangan yang dibuat oleh bank Islam adalah isu penilaian. Penilaian yang sesuai untuk digunakan dalam menyiapkan laporan keuangan adalah yang berdasarkan pada prinsip *fair/market value*. Penilaian ini hanya dapat digunakan jika terdapat basis penilaian yang kuat, seperti penilai profesional yang jujur. Menurut Hameed *et al.* (2004), masalah dalam penilaian ini seharusnya tidak dianggap sebagai hambatan dalam mengadopsi prinsip jika hal ini dapat meningkatkan dan membuat laporan keuangan lebih sesuai dengan syariah.

Hal terakhir yang dikemukakan oleh Hameed *et al.* (2004) guna memastikan kepatuhan terhadap syariah adalah adanya laporan nilai tambah. Menurut Belkaoui (1989), laporan nilai tambah berbeda dengan akuntansi konvensional karena berfokus pada nilai tambah sebagai ukuran kesejahteraan yang dihasilkan dan distribusi nilai tambah sebagai distribusi kesejahteraan. Berikut ini adalah *item-item* sebagai indikator kepatuhan syariah yang diajukan Hameed *et al.* (2004).

Tabel 4.3. Indikator Kepatuhan Syariah

No	Item
1	Dewan Pengawas Syariah
	a. Penunjukan DPS
	b. Laporan DPS
	c. Identifikasi Tindakan Nyata yang dilakukan
	d. Latarbelakang anggota DPS (Nama, pendidikan, pengalaman)

No	Item
2	Informasi Dasar
	a. Visi, misi dan tujuan
	b. Aktivitas Utama
3	Laporan Keuangan
	a. Identifikasi Investasi Islami
	b. Identifikasi Investasi non-Islami
	c. Identifikasi penghasilan Islami
	d. Identifikasi penghasilan non-Islami
	e. Menyajikan laporan sumber dan penggunaan dana zakat dan sedekah
	f. Menyajikan laporan sumber dan penggunaan dana <i>qardhul hasan</i>
	g. Identifikasi Sumber Penghasilan
	h. di luar penghasilan untuk depositor
	i. di luar penghasilan pembiayaan <i>murabaha</i>
	j. Adopsi <i>current value</i> jika dimungkinkan
k. Laporan Nilai Tambah	

Sumber: Hameed *et al.* (2004)

2) Corporate Governance: terkait dengan indeks *Corporate Governance*, Hameed *et al.* (2004) menyatakan bahwa isu *corporate governance* dalam institusi Islam berbeda dengan pandangan barat. Hal ini dikarenakan fokus dalam Islam adalah tauhid di mana suatu institusi tidak hanya harus mematuhi aturan syariah, tetapi juga berkewajiban untuk memenuhi harapan masyarakat Islam dan masyarakat secara umum dengan menyediakan mode pembiayaan yang dapat diterima secara Islam. Tanpa *corporate governance* yang efektif, sangat tidak mungkin untuk memperkuat institusi ini dan memberinya kesempatan untuk tumbuh dan menunjukkan kinerjanya. Menurut Hameed *et al.* (2004), *good corporate governance* sesungguhnya merupakan salah satu ajaran Islam. Esensi dari *corporate governance* adalah "amanah" di mana perusahaan dikehendaki untuk mengelola dana yang dipercayakan kepadanya dengan cara yang efisien dan efektif. Lebih jauh, menurut Hameed *et al.* (2004) adalah penting untuk melakukan evaluasi guna mengetahui sejauh mana organisasi bisnis dalam hal ini institusi keuangan Islam telah menjalankan praktik *corporate governance*.

Lebih jauh, Hameed *et al.* (2004) menyatakan lemahnya praktik pelaporan dan pengungkapan sangat mungkin disebabkan oleh kegagalan dalam *corporate governance*. Organisasi yang memiliki masalah dalam *corporate governance* cenderung untuk mengungkapkan informasi lebih sedikit guna menghindari pengamatan dari pihak ketiga. Oleh sebab itu, penting untuk menentukan level praktik pengungkapan perusahaan dengan melihat pengungkapan yang dibuat dalam laporan tahunan.

3) Social Environment: indeks ketiga yang dibahas oleh Hameed *et al.* (2004) adalah indeks sosial lingkungan yang berfokus pada pengungkapan sosial dan lingkungan. Dalam penjelasannya mengenai indikator atas indeks ini, tidak banyak berbeda seperti yang telah dikenal dalam akuntansi konvensional. Hanya saja Hameed *et al.* (2004) memberikan penekanan pada institusi keuangan Islam karena menurutnya, terdapat karakteristik yang membedakan institusi keuangan Islam dalam hal ini, yaitu bahwa profit bukan satu-satunya motif, mempromosikan kesetaraan dalam masyarakat, memberikan pembagian yang adil, dan memberikan perhatian yang serius terhadap dampak lingkungan. Dengan beranggapan bahwa profit bukan satu-satunya motif bagi organisasi bisnis yang berdasarkan Islam, Hameed *et al.* (2004) ingin menekankan bahwa lingkungan merupakan bagian dari organisasi dan organisasi mempunyai kewajiban terhadap lingkungan.

Ketiga indikator yang dikembangkan oleh Hameed *et al.* (2004) ini nampaknya cukup menyeluruh, hanya saja jika disimak lebih dalam, *item-item* yang harus diungkapkan tidak banyak berbeda dengan apa yang disyaratkan oleh AAOIFI yang dinilai banyak kalangan masih sarat dengan nilai-nilai kapitalis. Salah satu ukuran *shari'ah compliance* menurut Hameed *et al.* (2004) adalah adanya laporan Dewan Pengawas Syariah. Namun, tidak dirinci bagaimana bentuk laporan tersebut. Indikator pengungkapan yang digunakan oleh Hameed *et al.* (2004) hanya menekankan pada ada atau tidak *item* dimaksud. Dalam hal ini pengungkapan yang diajukan oleh Maali *et al.* (2003) lebih baik karena dalam beberapa bagian, telah

mempertimbangkan perlunya pengungkapan informasi baik kuantitatif maupun kualitatif.

Maali *et al.* (2003) dalam diskusinya mengenai pelaporan sosial bagi bank Islam berusaha mengembangkan suatu standar pengungkapan yang seharusnya dilakukan bank Islam berdasarkan perspektif Islam atas *accountability, social justice* dan *ownership*. Dalam tulisannya, Maali *et al.* (2003) mendiskusikan mengenai pengungkapan sosial dalam pandangan teori ekonomi yang dilihat sebagai bagian dari usaha manajer untuk mengurangi biaya keagenan. Dalam pandangan teori *stakeholders*, pengungkapan sosial dilihat sebagai bagian dari dialog antara organisasi dan *stakeholders*. Hanya saja pertanggungjawaban dalam hal ini didasarkan pada persepsi manajemen mengenai signifikansi *stakeholders* tertentu, akibatnya informasi yang penting mungkin diabaikan untuk diungkapkan.

Berkaitan dengan tanggung jawab sosial dan keadilan, Maali *et al.* (2003) menyatakan bahwa Islam memberikan penekanan pada konsep tanggung jawab sosial. Pelarangan Riba merupakan contoh nyata atas perhatian Islam pada keadilan, sedangkan zakat merupakan contoh lain dari perhatian Islam atas tanggung jawab sosial. Hal lain yang dibahas oleh Maali *et al.* (2003) adalah kepemilikan dan kepercayaan. Menurutny, Tuhan adalah pemilik dari segala sesuatu. Islam mengakui adanya kepemilikan individu; setiap orang mempunyai hak atas kepemilikan, tetapi kepemilikan ini tidaklah mutlak. Individu memiliki sesuatu sebagai amanah dari Tuhan karenanya ia harus menggunakan miliknya berdasarkan kehendak Tuhan. Argumen ini telah memberikan dimensi baru atas tanggung jawab. Aturan Tuhan dan manfaat untuk masyarakat seharusnya mendapat prioritas dalam kaitannya dengan penggunaan kepemilikan tadi. Pemilik bertanggung jawab untuk menggunakan sumber-sumber yang ada berdasarkan kehendak Tuhan dan manfaatnya kepada masyarakat.

Bagi perusahaan Islam, tujuan utama pelaporan adalah untuk menunjukkan kepatuhannya terhadap syariah. Seperti yang dikatakan oleh Baydoun dan Willett (1997) bahwa "akuntansi memberikan

kesempatan untuk menunjukkan kepatuhan atas aturan agama". Adapun tujuan lain dalam pelaporan keuangan sama seperti apa yang ada dalam pandangan barat seperti memberikan informasi bagi para pengambil keputusan. Namun, ini bukan tujuan utama. Implikasi dari hal ini adalah perusahaan yang berbasis Islam seharusnya mengungkapkan semua informasi yang penting bagi masyarakat atas operasi perusahaan, bahkan sekalipun jika informasi itu bertentangan dengan kepentingan perusahaan. Konsep pengungkapan dalam hal ini berhubungan dengan konsep tanggung jawab. Dalam konteks Islam, masyarakat berhak untuk tahu bagaimana organisasi sebagai bagian dari masyarakat mempengaruhi kesejahteraan mereka. Kewajiban untuk mengungkapkan kebenaran merupakan hal yang sangat penting dalam konteks Islam.

Berdasarkan pemikiran atas hal-hal di atas, Maali *et al.* (2003) mengembangkan tiga tujuan utama yang digunakan sebagai dasar untuk mengidentifikasi pengungkapan tanggung jawab sosial dalam perusahaan bisnis Islam, yaitu

1. Untuk menunjukkan kepatuhan terhadap prinsip Islam secara khusus terkait dengan pihak luar.
2. Untuk menunjukkan bagaimana operasi yang dijalankan mempengaruhi kesejahteraan komunitas Islam.
3. Untuk membantu umat menjalankan kewajiban agamanya.

Maali *et al.* (2003) mengembangkan 8 area pengungkapan berkaitan dengan tanggung jawab sosial bank Islam. Kedelapan area tersebut adalah opini syariah, transaksi haram, zakat, *qardhul hasan*, sumbangan, dan kegiatan sosial, tenaga kerja, keterlambatan pembayaran dan klien yang gagal, lingkungan, serta aspek keterlibatan masyarakat. Kedelapan area ini lebih lanjut diuraikan menjadi 26 *item* pengungkapan. Apa yang dikembangkan oleh Maali *et al.* (2003) nampaknya tidak banyak berbeda dengan yang dipersyaratkan oleh AAOIFI. Informasi mengenai pegawai, lingkungan, dan komunitas merupakan tema yang di ajukan oleh Maali *et al.* (2003) yang harus diungkapkan oleh bank Islam. Ketiga tema ini merupakan tema yang sudah pernah dibahas oleh Gray *et al.* (1996);

Hackston dan Milne (1996); Deegan (2002) dan Raar (2002) sebagai bagian dari pelaporan sosial perusahaan. Tabel berikut ini menunjukkan *item* yang diajukan oleh Maali *et al.* (2003) secara lebih terperinci.

Tabel 4.4. *Item-Item* Pengungkapan CSR versi Maali *et al.* (2003)

Area	Item	AAOIFI	Keterangan
Opini Syariah	Laporan Dewan Pengawas Syariah	Disyaratkan	
Transaksi non-Islami	<ul style="list-style-type: none"> - Sifat transaksi - Alasan melakukan transaksi - Pendapat DPS atas transaksi yang dilakukan - Jumlah pendapatan dan biaya dari transaksi tersebut - Bagaimana bank memperlakukan pendapatan dari transaksi tersebut. 	<ul style="list-style-type: none"> Disyaratkan Tidak Tidak Disyaratkan Disyaratkan 	
<i>Zakat</i> (Bagi bank yang disyaratkan membayar)	<ul style="list-style-type: none"> - Laporan Sumber dan Penggunaan Zakat - Saldo dana zakat dan alasan tidak mendistribusikannya - Pengesahan DPS mengenai perhitungan dan distribusi dana 	<ul style="list-style-type: none"> Disyaratkan Disyaratkan Tidak 	Laporan diharuskan oleh AAOIFI termasuk Zakat dan sumbangan lain
<i>Zakat</i> (bagi bank yang tidak disyaratkan membayar)	<ul style="list-style-type: none"> - Jumlah sesuai dengan pembagian dan deposit - Pendapat DPS atas validasi perhitungan 	<ul style="list-style-type: none"> Disyaratkan Disyaratkan 	
<i>Qardhul Hasan</i> Sumber Dana <i>Qardhul Hasan</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Jumlah yang diberikan - Tujuan sosial dana diberikan - Kebijakan bank dalam menyediakan pinjaman ini 	<ul style="list-style-type: none"> Disyaratkan Disyaratkan Disyaratkan 	Diharuskan oleh AAOIFI sebagai laporan

Area	Item	AAOIFI	Keterangan
	- Kebijakan terhadap penerima yang bangkrut	Tidak	
Charity dan Kegiatan Sosial	- Sifat bantuan dan kegiatan sosial yang dibiayai - Jumlah pembiayaan - Sumber dana yang digunakan untuk membiayai kegiatan	Disyaratkan Disyaratkan Disyaratkan	Diharuskan oleh AAOIFI sebagai bagian dari laporan zakat
Pegawai	- Kebijakan gaji dan upah - Kebijakan pendidikan dan pelatihan pegawai - Kebijakan atas kesempatan yang sama - Kebijakan lingkungan kerja	Tidak Tidak Tidak Tidak	
Keterlambatan pembayaran dan Klien yang bangkrut	- Kebijakan terhadap klien yang bangkrut - Jumlah penalti yang diberikan - Opini DPS mengenai biaya-biaya tambahan seperti biaya penalti.	Lihat keterangan	Diharuskan oleh AAOIFI bagi pembiayaan <i>Murabaha</i> dan pembiayaan lain.
Lingkungan	- Jumlah dan sifat bantuan atau kegiatan yang dilakukan untuk melindungi lingkungan - Proyek pembiayaan yang mungkin merusak lingkungan	Tidak Tidak	
Keterlibatan Komunitas	- Peran bank dalam perkembangan ekonomi - Peranan bank atas masalah sosial	Tidak Tidak	

Sumber: Maali *et al.* (2003)

Haniffa dan Hudaib (2004) menulis mengenai pengungkapan dalam konteks institusi keuangan Islam. Dalam konsep kontrak, mereka membahas bahwa terdapat dua jenis kontrak yaitu kontrak eksplisit dan implisit. Kontrak eksplisit dalam bentuk hubungan antara perusahaan dengan berbagai pihak dalam bentuk dokumen yang ditandatangani. Selain itu, terdapat kontrak implisit, seperti memberikan produk yang berkualitas, melayani konsumen dengan baik, memberikan lingkungan kerja yang nyaman bagi pegawai, memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat, melindungi lingkungan, dan sebagainya. Pemenuhan atas kewajiban ini seringkali terabaikan karena tidak terdapatnya pertimbangan spiritual yang berdasarkan pada etika kemanusiaan ataupun pertimbangan moral.

Kontrak dalam konsep Islam memberikan suatu pemahaman yang menyeluruh dari berbagai hubungan kontrak yang terdapat dalam kehidupan manusia dan kewajiban untuk memenuhinya sebagaimana dinyatakan dalam Al-Qur'an Al-Maidah ayat satu. Level tertinggi dari kewajiban ini timbul dari hubungan kontrak antara manusia dan Tuhan. Sebagai khalifah, manusia berkewajiban untuk mempromosikan keadilan dan kesejahteraan bagi masyarakat dalam setiap aspek kehidupan guna mencapai *alfalah* (kesuksesan dunia dan akhirat).

Menurut Haniffa dan Hudaib (2004), organisasi bisnis harus berusaha untuk memenuhi semua kewajibannya. Suatu institusi keuangan Islam harus mematuhi aturan syariah Islam dalam semua aktivitasnya termasuk juga pelaporan. Sebagai pemobilisasi dan penyalur dana dalam semua sektor ekonomi, mereka mempunyai peranan penting dalam regenerasi ekonomi keadilan sosial. Salah satu kesempatan untuk menunjukkan tanggung jawab dan komitmennya dalam melayani kebutuhan komunitas Islam dan masyarakat adalah melalui pengungkapan informasi yang relevan dalam laporan tahunannya. Institusi keuangan Islam menurut mereka harus mengungkapkan informasi penting guna membantu pengguna laporan membuat keputusan ekonomi religius serta bagi manajemen, eksternal auditor, dan Dewan Pengawas Syariah untuk menunjukkan tanggung jawab kepada Tuhan dan masyarakat.

Berdasarkan prinsip pengungkapan penuh dan tanggung jawab sosial menurut Haniffa dan Hudaib (2004), institusi keuangan Islam seharusnya mengungkapkan informasi kuantitatif dan kualitatif dalam laporan tahunannya berkaitan dengan misi dan tujuan, informasi tim manajemen dan anggota DPS, sifat produk dan jasa, perlakuan atas zakat, komitmennya atas kesejahteraan pegawai, perlakuan terhadap debitor, dan kontribusinya terhadap komunitas Islam dan masyarakat secara keseluruhan.

Haniffa dan Hudaib (2004) tidak secara khusus membahas mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan karenanya isu lingkungan tidak menjadi isu yang patut diungkapkan dalam persepsi mereka. Adapun nilai-nilai Islam yang harus diungkapkan dalam pandangan mereka terbatas pada kutipan dan penggunaan terminologi Islam seperti *Inshaallah*, *Alhamdulillah*, *Bismillah*, dan sebagainya. Penggunaan terminologi ini untuk mengukur tanggung jawab sosial perusahaan nampaknya terlalu naif dan terkesan hanya sebagai "*lip service*".

Haniffa dan Hudaib (2004) mengajukan delapan tema yang harus diungkapkan oleh bank Islam dalam laporan tahunannya. Kedelapan tema ini adalah: misi dan tujuan (*empat item*); produk (*enam item*); manajemen (*lima belas item*); pegawai (*sebelas item*); Dewan Pengawas (*tiga belas item*); komunitas (*dua belas item*); audit (*tujuh item*) dan nilai-nilai Islam (*tujuh item*). *Item* dari masing-masing tema dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5. *Item-Item* Pengungkapan CSR Versi Haniffa dan Hudaib (2004)

	Tema: Misi dan Tujuan Perusahaan		Tema: Produk
1.	Operasi sejalan dengan prinsip syariah	1.	Pengenalan produk baru
2.	Fokus terhadap <i>return</i> maksimal	2.	Persetujuan DPS atas produk baru
3.	Pernyataan kontrak	3.	Dasar syariah produk
4.	Apresiasi terhadap pemegang saham dan nasabah	4.	Definisi produk
		5.	Kegiatan investasi
		6.	Proyek pembiayaan

	Tema: Manajemen		Tema: Pegawai
1.	Nama Dewan Direksi	1.	Apresiasi terhadap pegawai
2.	Posisi Dewan Direksi	2.	Jumlah pegawai
3.	Gambar Dewan Direksi	3.	Kebijakan atas kesempatan yang sama
4.	Kualifikasi Akademi Dewan Direksi	4.	Kesejahteraan pegawai: uraian
5.	Profil Dewan Direksi	5.	Kesejahteraan pegawai: gambar
6.	Gaji Dewan Direksi	6.	Training: Kesadaran <i>Shari'a</i>
7.	Kepemilikan saham Dewan Direksi	7.	Training: lain
8.	Keberadaan Komite Audit	8.	Training: skema perekrutan
9.	<i>Multidirectorship exist among BODs</i>	9.	Training: moneter
10.	Banyaknya <i>meeting</i> dilakukan	10.	Training: gambar
11.	Nama tim manajemen	11.	Penghargaan terhadap pegawai
12.	Posisi tim manajemen		
13.	Gambar tim manajemen		
14.	Kualifikasi akademi tim manajemen		
15.	Profil tim manajemen		
	Tema: Dewan Pengawas Syariah		Tema: Komunitas
1.	Nama Anggota	1.	Cabang khusus Wanita
2.	Kualifikasi Anggota	2.	Dukungan organisasi masyarakat
3.	Gambar Anggota	3.	Penciptaan lapangan kerja
4.	Gaji Anggota	4.	Mensponsori kegiatan masyarakat
5.	Laporan ditandatangani oleh anggota	5.	Partisipasi kegiatan <i>socsal</i> pemerintah
6.	Jumlah pertemuan	6.	Pembayaran zakat moneter
7.	Pengujian dokumen berdasarkan sampel	7.	Pembayaran zakat penerima
8.	Pengujian semua dokumen	8.	<i>Qardul Hassan</i> –moneter
9.	Laporan atas produk cacat: secara umum	9.	<i>Qardul Hassan</i> –penerima
10.	Laporan produk cacat: terperinci	10.	Sedekah–moneter
11.	Rekomendasi untuk memperbaiki produk	11.	Sedekah–penerima
12.	Distribusi laba/rugi berdasarkan syariah	12.	Konferensi ekonomi Islam
13.	Penghitungan zakat berdasarkan syariah		

	Tema: Audit		Tema: Nilai-nilai Islam
1.	Sesuai AAOIFI	1.	Kutipan dari Al-Qur'an
2.	Sesuai Aturan lain	2.	Hidayah
3.	Audit Dana Zakat	3.	Inshaallah
4.	Audit Dana <i>Qardhul Hasan</i>	4.	Alhamdulillah
5.	Audit Dana Sedekah	5.	Salam
6.	Ditandatangani: nama auditor	6.	Bismillah
7.	Ditandatangani: nama kantor audit	7.	Rida Allah

Sumber: Haniffa dan Hudaib (2004)

Berkaitan dengan pengungkapan bagi perbankan syariah, Ikatan Akuntan Indonesia sebagai pihak yang berwenang mengeluarkan standar bagi praktik akuntansi di Indonesia juga telah mengeluarkan standar bagi perbankan syariah. Namun, pengungkapan ini tidak secara spesifik mengatur mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial. Pengungkapan yang diatur dalam PSAK No. 101-109 yang banyak merujuk pada standar yang dikeluarkan oleh Accounting, Auditing and Governance Standards for Islamic Financial Institution (AAOIFI) hanya berkenaan dengan pengungkapan umum, yaitu bahwa bank Islam harus mengungkapkan informasi mengenai karakteristik kegiatan dan jasa utama yang disediakan; peranan, sifat, tugas, dan kewenangan Dewan Pengawas Syariah; tanggung jawab Dewan Pengawas Syariah; serta tanggung jawab bank atas pengelolaan zakat. Laporan keuangan bank Islam juga harus mengungkapkan kebijakan akuntansi yang digunakan dalam penyusunan laporan keuangan; laporan keuangan bank Islam harus mengungkapkan pendapatan atau beban yang dilarang oleh syariah; laporan keuangan juga harus mengungkapkan metode alokasi keuntungan (kerugian) investasi antara pemilik dan bank.

Berikut dengan Neraca, Laporan Laba Rugi, Laporan Dana Investasi terikat, Laporan Sumber dan Penggunaan Dana Zakat, Infak, dan *Shadaqah* serta Laporan Sumber dan Penggunaan Dana *Qardhul Hasan* PSAK No. 101-109 hanya mengatur hal-hal yang umum yang bersifat keuangan dan kuantitatif dalam laporan, seperti jumlah

pendapatan dan beban, periode yang dicakup yang harus diungkapkan oleh bank Islam.

Dalam karakteristik bank Islam, dinyatakan bahwa suatu transaksi sesuai dengan prinsip syariah selain nonriba, tidak menipu, tidak mengandung materi yang diharamkan, dan tidak mengandung unsur judi juga jika transaksi tersebut tidak mengandung unsur kezaliman serta tidak membahayakan pihak sendiri ataupun pihak lain. Selaras dengan karakteristik ini, salah satu tujuan akuntansi keuangan bank Islam adalah meningkatkan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Selain itu, pada tujuan laporan keuangan dinyatakan bahwa salah satu tujuan laporan keuangan adalah memberikan informasi kepatuhan bank terhadap prinsip syariah serta informasi mengenai pemenuhan fungsi sosial bank termasuk pengelolaan dan penyaluran zakat.

Bank Islam seharusnya menjalankan aktivitasnya berdasarkan prinsip syariah karenanya informasi mengenai kepatuhan terhadap syariah merupakan informasi yang paling penting yang seharusnya disampaikan kepada seluruh *stakeholders*-nya. Jika ada bagian yang dipatuhi maka seluruh *stakeholders* memiliki hak untuk tahu bagian mana yang telah dipatuhi dan jika ada bagian yang belum dapat dipatuhi maka informasi ini pun harus diungkapkan kepada seluruh *stakeholders*. Bahkan Mathews pun mengatakan jika: **"Disclosure of social responsibility should be practiced fully or not at all"** (Mathews, 1993: 84). Inilah yang disebut sebagai *fairness*. Jika pengungkapan tanggung jawab sosial saja menurut Mathews harus diungkapkan sepenuhnya, mengapa hal yang sama tidak dapat kita ajukan bagi pengungkapan atas kepatuhan terhadap syariah. Kejujuran dalam Islam merupakan nilai penting yang harus ada dalam suatu sistem. Tidak ada satu pun yang sempurna di dunia, kecuali Dia yang menciptakan semua. Oleh sebab itu, pengungkapan atas kepatuhan terhadap prinsip syariah yang belum dapat dipenuhi seharusnya tidak perlu menjadi sesuatu yang ditakuti yang dianggap dapat meruntuhkan nama baik bank tersebut. Sepanjang alasan ketidakpatuhan tersebut logis dan dapat diterima akal sehat karena

bagaimanapun perlu disadari bahwa sistem perbankan syariah yang sempurna tidak mungkin ada dalam suatu rezim yang masih didominasi oleh roh kapitalis.

Terkait dengan fungsi sosial bank seperti dinyatakan dalam PSAK No. 101 barangkali yang perlu dipahami bahwa pengelolaan dan penyaluran zakat bukanlah satu-satunya fungsi sosial yang dapat dijalankan oleh bank Islam. Terbukti penyaluran zakat biasanya diserahkan pada lembaga zakat yang lain. Dalam hal ini, kita perlu melihat kembali pada bank-bank Islam yang didirikan pada masa awal berkembangnya bank Islam yang pada umumnya didirikan berdasarkan inisiatif sosial untuk mencapai tujuan sosial (The Farmers Credit Union di Pakistan pada akhir 1950, Mit Ghamer Savings Bank di Mesir 1963). Hal ini sejalan dengan studi yang dilakukan Mashhour (1996) yang mengungkapkan bahwa aturan legislatif yang mendasari didirikannya bank Islam, seperti Dubai Islamic Bank tahun 1975, Faisal Islamic Bank di Mesir dan Sudan tahun 1977, serta Jordan Islamic Bank tahun 1978 mensyaratkan bank tersebut untuk melakukan aktivitas sosial. Aktivitas sosial yang dimaksudkan di sini tentu saja bukan aktivitas yang sekadar *lip service* yang bertujuan untuk memberikan citra positif atas bank tersebut seperti apa yang telah dilakukan oleh perusahaan sejenis yang bernaung di bawah sistem kapitalis yang pada akhirnya berujung pada *profit oriented*. Jika ini terjadi maka hampir tidak ada bedanya antara bank yang mendasarkan aktivitasnya berdasarkan syariah dengan bank yang menjalankan kegiatannya dengan menggunakan roh kapitalis. Organisasi bisnis menurut Triyuwono (2006) seharusnya tidak lagi berorientasi profit tetapi berorientasi zakat, lingkungan, dan *stakeholders* sehingga sudah sewajarnya jika hal ini juga menjadi landasan bagi perusahaan yang didirikan dengan dasar syariah.

4.6. Menarik Pelajaran dari Pemikiran Terdahulu

Seperti telah diuraikan dalam bagian sebelumnya, perjalanan panjang CSR telah menghasilkan beberapa pemikiran (*knowledge*) yang tertuang dalam bentuk konsep dan model pengungkapan yang

diajukan bagi praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Mulai dari *The Corporate Report* (1975), Cheng (1976), *The Bilan Social* (1977), Jackman (1992), UEC, Gray *et al.* (1996) dan diteruskan dengan panduan yang pertama kali dikeluarkan oleh GRI pada tahun 2000 yang terus diperbaharui hingga menjadi G3 pada tahun 2006. Selain itu, ada juga bentuk pengungkapan seperti yang diajukan oleh Raar (2002) yang mencoba memberikan bentuk pengungkapan yang lebih terperinci. Beberapa alternatif pemikiran berkaitan dengan CSRD yang bernuansa Islam telah diberikan antara lain oleh Sulaiman dan Willett (2003), Maali *et al.* (2003), Hameed *et al.* (2004), dan Hanifa dan Hudaib (2004). Apapun bentuknya setiap pemikiran pasti memberikan sumbangan dalam perjalanan CSRD itu sendiri. Namun demikian, karena terkait dengan tujuan penulisan buku ini, yaitu dalam rangka menghasilkan suatu bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial yang tidak hanya punya dimensi material melainkan juga spiritual maka penulis perlu melakukan *screening* untuk melihat kesesuaian setiap konsep dan bentuk yang diajukan dengan tujuan penulisan.

Dengan menggunakan pemetaan model terdahulu berkaitan dengan CSRD, penulis mendapati bahwa dari sisi *stakeholders*, pemikiran yang ada telah berusaha memberikan *item* atau tema apa saja yang harus diungkapkan berkaitan dengan beberapa kelompok *stakeholders* selain pemilik, seperti pegawai, masyarakat atau komunitas luar, lingkungan, dan konsumen. Informasi mengenai pegawai merupakan informasi yang menurut semua pemikiran penting untuk diungkapkan. Informasi ini, antara lain terkait dengan upah, tunjangan, pelatihan, keamanan dan kesehatan, kondisi kerja dan kualitas hidup pekerja. Adapun informasi mengenai masyarakat berkaitan dengan pemberian sumbangan, bantuan teknis, pendidikan publik, hak sipil dan kesamaan kesempatan serta budaya dan seni. Pengungkapan mengenai tanggung jawab terhadap konsumen nampaknya paling sedikit mendapatkan perhatian (Cheng, 1976; Gray *et al.* 1996). Aspek kepuasan konsumen dan keamanan produk merupakan dua hal yang menjadi sorotan dalam hal ini. Lingkungan

merupakan salah satu *stakeholders* yang juga sudah mendapatkan perhatian dalam literatur akuntansi khususnya pengungkapan tanggung jawab sosial. ¹² Hal ini kemungkinan terkait dengan mulai merebaknya akuntansi sosial dan lingkungan sebagai salah satu isu yang hangat pada masa itu.

Adanya perhatian dari beberapa penulis di atas yang menginginkan informasi mengenai pegawai, masyarakat, konsumen, dan lingkungan untuk diungkapkan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial menunjukkan bahwa sebetulnya informasi ini sudah dianggap penting dan karenanya para *stakeholders* ini juga sudah mulai dipertimbangkan sebagai bagian dari perusahaan. Namun demikian, perkembangan pemikiran ini juga menunjukkan bagaimana kuatnya pengaruh teori-teori yang selama ini menjadi dasar bagi praktik pengungkapan tanggung jawab sosial.

Selain pemilik, perhatian terutama diberikan kepada pegawai dan isu lingkungan. Hal ini menunjukkan kesesuaian dengan apa yang dikatakan oleh teori *stakeholders*, bahwa perusahaan akan berusaha untuk memenuhi harapan dari *stakeholders* yang punya pengaruh penting terhadap keberlangsungan hidup perusahaan. Serikat Pekerja dan Lembaga Swadaya Masyarakat adalah dua kelompok yang boleh dikata mempunyai kepentingan yang hampir selalu berseberangan dengan kepentingan pemilik. Seperti dikatakan Greer dan Bruno (1998:5) pada masa 1970–1980-an, banyak tumbuh gerakan masyarakat sebagai reaksi terhadap kerusakan lingkungan di banyak negara. Gerakan ini merupakan ancaman potensial bagi perusahaan dan daripada terlindas oleh gerakan ini perusahaan lebih memilih untuk merangkul lingkungan sebagai salah satu kebijakan perusahaan. Tidak heran dalam upaya mendapatkan legitimasi dari dua kelompok ini timbul kecenderungan untuk merespons kepentingan mereka dengan cara lebih banyak mengungkapkan informasi berkaitan dengan kedua kelompok ini yaitu informasi tentang pekerja dan lingkungan.

Perhatian terhadap konsumen sebagai salah satu *stakeholders* tidak begitu mendapat tempat dalam isu CSRD. Hal ini dimungkinkan

terjadi karena banyak fakta menunjukkan bahkan sampai sekarang konsumen merupakan salah satu pihak yang posisinya lemah dan jarang menuntut perusahaan. Akibatnya, pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap konsumen baik terkait dengan kepuasan maupun keamanan produk menjadi sesuatu yang cenderung terabaikan. Komunitas atau masyarakat merupakan kelompok yang mendapat perhatian sedikit lebih banyak dari konsumen. Hal ini dapat kita lihat dari *item* yang diajukan antara lain oleh Cheng (1976), Jackman (1982) dan Raar (2002). Tanggung jawab sosial yang harus diungkapkan berkaitan dengan masyarakat, antara lain menyangkut sumbangan, pendidikan publik dan pelajar (beasiswa), serta kesamaan kesempatan/ras dan gender.

Dari beberapa pemikiran mengenai CSRD, hanya Raar (2002) yang menganggap bahwa selain pengungkapan dalam bentuk kualitatif, pengungkapan dalam bentuk kuantitatif (angka) juga diperlukan. Pemberian informasi kuantitatif dalam hal ini dapat melengkapi informasi pengungkapan tanggung jawab sosial yang biasanya bersifat kualitatif. Informasi kuantitatif berupa angka akan memperjelas seberapa jauh perusahaan telah menjalankan tanggung jawab sosialnya. Hal yang biasa kita temui dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah narasi yang mengungkapkan bahwa perusahaan telah menjalankan kebijakan-kebijakan yang memihak terhadap pegawai, masyarakat, dan lingkungan. Namun, seberapa besar keberpihakan tersebut masih menjadi tanda tanya bagi sebagian besar pengguna laporan keuangan. Hal ini menimbulkan kesan bahwa kebijakan-kebijakan yang pro tersebut hanya dijalankan sekadarnya dan hanya sebagai *lip service*.

Global Reporting Initiatives (GRI) telah memberikan panduan yang cukup terperinci berkaitan dengan *sustainability reporting*. Indikator kinerja yang terbagi atas kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial menghendaki adanya pengungkapan yang terperinci atas setiap tema. Terlepas dari kritik yang dilontarkan Bebbington (2004), Larrinaga *et al.* (2002) dan Owen *et al.* (1997) terhadap GRI, GRI dalam hal ini sudah mencoba untuk memberikan perhatian kepada

lingkup *stakeholders* yang lebih luas khususnya masyarakat, konsumen, dan lingkungan. Selain itu, GRI juga mempersyaratkan pengungkapan yang tidak hanya berupa pernyataan kualitatif melainkan juga kuantitatif. Isu hak asasi manusia, nondiskriminasi, pekerja anak, dan HIV AIDS merupakan tema yang menurut GRI perlu mendapat perhatian dan merupakan bagian dari indikator kinerja sosial perusahaan yang belum banyak dibahas dalam pemikiran sebelumnya.

Pandangan yang diberikan oleh Carrol (1979; 1991; 1998) mengenai konsep tanggung jawab sosial, perusahaan memberikan panduan yang cukup jelas atas kewajiban apa saja yang seharusnya diemban oleh perusahaan terkait dengan tanggung jawab sosial ini. Walaupun demikian, konsep ini masih perlu diterjemahkan lebih jauh untuk keperluan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Apa yang diajukan oleh Carrol (1979; 1991; 1998) telah berusaha mempertimbangkan karakteristik altruistik perusahaan di samping sisi egoistik perusahaan. Beberapa kajian mengenai konsep dan empiris, seperti Wartick dan Cochran (1985), Wood (1991), Ibrahim dan Angelidis (1993), Pikston dan Carroll (1994), Swanson (1995), Maignan (2001), Maignan dan Ferrell (2003), Angelidis dan Ibrahim (2004), Goll dan Rasheed (2004). Menggunakan klasifikasi yang dibuat Carrol untuk mengembangkan konsep tanggung jawab sosial lebih jauh.

Perhatian terhadap perkembangan ekonomi Islam, khususnya terkait dengan akuntansi syariah telah diberikan oleh banyak kalangan, antara lain oleh Gambling dan Karim (1991); Baydoun dan Willett (2000); Hameed (2000); Triyuwono (2001); Adnan (2002); Harahap (2004); Mulawarman (2005). Berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, beberapa nama berikut ini: Sulaiman dan Willett (2003); Maali *et al.* (2003); Hameed *et al.* (2004); dan Haniffa dan Hudaib (2004). Seperti telah diuraikan di bab sebelumnya, telah berusaha mengembangkan bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial yang didasari oleh nilai-nilai Islam. Dari keempat penulis di atas, tiga di antaranya telah mencoba memberikan

bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial yang konkrit berupa tema dan *item* apa yang seharusnya diungkapkan, sementara Sulaiman dan Willett (2003) belum memberikan secara jelas bentuk pengungkapan selain hanya menyatakan bahwa *GRI guidelines* dapat digunakan sebagai bentuk pengungkapan dengan menambahkan beberapa hal seperti pengungkapan zakat, monopoli, dan kehalalan perusahaan.

Perhatian atas kepentingan *stakeholders* telah diberikan oleh Hameed *et al.* (2004) dengan cukup baik. Hameed *et al.* (2004) mengatakan bahwa dalam Islam jika suatu organisasi memberikan informasi akuntansi maka seharusnya informasi itu tidak memihak pada kelompok tertentu. Informasi akuntansi seharusnya merefleksikan kepentingan semua *stakeholders*, karyawan, kreditor, pemerintah dan masyarakat sosial. Indeks kepatuhan syariah yang dikembangkan Hameed *et al.* (2004) telah mencoba merangkul dimensi spiritual dari suatu pelaporan yang antara lain harus mengungkapkan investasi dan penghasilan yang Islami dan non-Islami. Dalam indeks sosial lingkungan, Hameed *et al.* (2004) telah memberikan perhatian yang cukup baik terhadap konsumen, pegawai, dan lingkungan. Meskipun isu komunitas dalam hal ini konsumen dan masyarakat nampaknya tidak begitu mendapat banyak perhatian. Tema berkaitan dengan kelompok *stakeholders* ini nampak hanya sebagai pelengkap atas tema-tema lain.

Sama seperti Hameed *et al.* (2004), Maali *et al.* (2003) melalui tema-tema *item* pengungkapan yang dikembangkannya sudah berusaha merangkul dimensi spiritual lebih jauh. Dalam hal ini Maali *et al.* (2003) mengajukan pengungkapan transaksi haram, adanya laporan Dewan Pengawas Syariah sebagai bagian dari apa yang harus diungkapkan oleh bank Islam. Kelompok *stakeholders* yang mendapat perhatian antara lain nasabah, pegawai, lingkungan, dan sebagian kecil berkaitan dengan masyarakat. Perhatian atas kelompok masyarakat tidak berbeda jauh dengan apa yang biasa diungkapkan oleh perusahaan konvensional berkenaan dengan sumbangan dan kegiatan-kegiatan *charity*. Dapat dikatakan perhatian terhadap

kelompok *stakeholders* ini juga masih setengah hati dan masih didominasi oleh nilai-nilai material semata. Salah satu poin yang cukup penting yang diajukan oleh Maali *et al.* (2003) adalah pengungkapan seharusnya tidak hanya bersifat kualitatif melainkan juga kuantitatif dalam artian setiap pengungkapan harus juga menyertakan jumlah berupa angka baik moneter maupun nonmoneter.

Pelajaran yang dapat ditarik dari Haniffa dan Hudaib (2004) adalah perhatian atas perlunya audit atas kepatuhan terhadap AAOIFI dan aturan lain, selain pengungkapan adanya audit atas zakat dan *qardhul hasan*. Tema-tema lain yang patut diungkapkan menurut Hanifa dan Hudaib (2004) masih sarat dengan materialisme semata, dan belum menyentuh aspek spiritual yang lebih mendalam. Hal ini antara lain dapat dilihat dari pengungkapan nilai Islam yang masih terbatas pada penggunaan istilah seperti Bismillah, Salam dan Alhamdulillah. Lingkungan dalam hal ini belum menjadi salah satu *stakeholders* yang patut diperhatikan.

5.

PRAKTIK CSR DI DUNIA DAN INDONESIA

"Its like a big picture,
mirror, they can show you things you tried to often change
mirror, it suddenly tells you the truth, on who's really who
mirror, its a quick definition on you,
don't be afraid of what looks back at you
because that is the reflection of yourself"
(a poem by Brittany Buffington)

Kesadaran terhadap ³ pentingnya mengimplementasikan CSR menjadi tren global seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan nilai-nilai sosial dan prinsip-prinsip hak asasi manusia. Bank-bank di Eropa menerapkan kebijakan dalam pemberian pinjaman hanya kepada perusahaan yang mengimplementasikan CSR dengan baik. Bank-bank tersebut hanya memberikan pinjaman pada perusahaan-perusahaan perkebunan di Asia apabila ada jaminan dari perusahaan tersebut, yakni ketika membuka lahan perkebunan tidak dilakukan dengan membakar hutan. Sebuah pabrik cokelat di Eropa diboikot oleh masyarakat karena pabrik tersebut mengambil cokelat dari Afrika Barat yang ternyata mempekerjakan pekerja anak.

Di bidang pasar modal tren tentang CSR ini dalam bentuk penerapan indeks yang memasukkan kategori saham-saham perusahaan yang telah mengimplementasikan CSR. New York Stock Exchange memiliki *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI) bagi saham-saham perusahaan yang dikategorikan memiliki nilai *corporate sustainability* dengan salah satunya praktik CSR. London Stock Exchange memiliki *Socially Responsible Investment* (SRI) Index dan Financial Times Stock Exchange (FTSE) yang memiliki FTSE Good sejak 2001. Inisiatif ini mulai diikuti oleh otoritas bursa saham di Asia seperti Hanseng Stock Exchange dan Singapore Stock Exchange. Konsekuensi dari adanya indeks-indeks ini adalah memacu para investor global untuk menanamkan dananya ¹² perusahaan yang sudah masuk dalam indeks. ⁵ Karena memang sudah saatnya setiap perusahaan memandang serius pengaruh dimensi sosial, ekonomi dan lingkungan dari setiap aktivitas bisnisnya serta mengungkapkan kepada *stakeholders*-nya melalui laporan setiap tahunnya yaitu laporan yang bersifat nonkeuangan yang dapat digunakan sebagai acuan dalam melihat dimensi sosial, ekonomi dan lingkungan.

5.1. Perkembangan CSR Dunia

Di Eropa seperti diuraikan Rajagukguk (2008) perhatian terhadap isu tanggung jawab sosial telah muncul sejak lama. Dimulai pada 21 Juni 1976 lahir "*The OECD Guidelines for Multinational Enterprises* (MNEs)" yang merupakan bagian dari "*The Declaration on International Investment and Multinational Enterprises*". Pedoman ini mencakup bidang-bidang hak asasi manusia, prinsip keterbukaan, tenaga kerja dan hubungan industrial, lingkungan hidup, perang terhadap penyuapan, kepentingan konsumen, ilmu dan teknologi, persaingan usaha, perpajakan. Kemudian lahir pula *ILO Declaration* tahun 1977. Pada tahun 2000 *ILO Declaration* diperbaiki yang berisi prinsip-prinsip organisasi majikan dan buruh. Deklarasi ILO ini berkaitan dengan ketenagakerjaan, pelatihan, kondisi kerja, hubungan industrial. Paragraph 8 dari deklarasi ini adalah berkenaan dengan hak asasi manusia.

Kemudian pada 31 Januari 1999 lahir pula di forum ekonomi dunia di Davos apa yang disebut “*UN Global Compact*”, yang terdiri dari sembilan prinsip di bidang hak asasi manusia, perburuhan, dan lingkungan hidup. Pada tanggal 24 Juni 2004 pada waktu berlangsungnya “*Global Compact Leaders Summit*”, prinsip tersebut ditambah dengan anti korupsi. Akhirnya termasuk tanggung jawab sosial perusahaan adalah hal-hal yang berhubungan dengan hak asasi manusia sebagaimana yang tercantum dalam “*The U.N. Norms on the Responsibility of Transnational Corporation and other Business Enterprises*”.

Selanjutnya pada tahun 2001 The European Union (EU) dan perusahaan-perusahaan yang berbasis di sana menerbitkan “*The Green Paper on Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility 2001*”. Paper ini berisi konsep dari tanggung jawab sosial perusahaan dari dimensi internal maupun eksternal dan menyajikan pandangan yang holistik. Perusahaan dapat mempunyai dan memelihara keuntungan kompetitif terhadap pesaingnya dengan mempraktikkan tanggung jawab sosial perusahaan. Lima tahun kemudian pada 22 Maret 2006 EU meluncurkan European Alliance for Corporate Social Responsibility. Aliansi terbuka, sukarela dan menjadi payung politik untuk inisiatif tanggung jawab sosial yang baru atau yang telah ada oleh perusahaan-perusahaan dan *stakeholders* mereka. Walaupun EU memakai pendekatan sukarela yang lebih efektif dan kurang birokratis, ide ini mendapat kritik yang tajam karena mengurangi retorika dan secara total menolak opsi untuk suatu peraturan hukum atau *monitoring* yang independen terhadap tingkah laku yang menyimpang dari perusahaan. Pendekatan tersebut merupakan kemenangan kaum bisnis dan kekalahan LSM.

Parlemen Uni Eropa pada tanggal 13 Maret 2007 mengeluarkan resolusi berjudul “*Corporate Social Responsibility: A New Partnership*” yang mendesak Komisi Eropa untuk meningkatkan kewajiban terkait dengan persoalan akuntabilitas perusahaan seperti tugas direktur, kewajiban langsung luar negeri dan pelaporan kinerja sosial dan lingkungan perusahaan. Langkah ini disambut gembira banyak pihak

12 karena disadari walaupun sektor bisnis selama ini sudah memberikan kontribusi positif pada pembangunan dunia, namun kontribusi ini cenderung mengabaikan tanggung jawab sosial.

Inisiatif lain adalah berkaitan dengan “*the Ecolabel and Eco Management and Audit Scheme (EMAS)*”. Skema ini terbuka bagi perusahaan-perusahaan sejak 1995. Namun, hanya membatasi perusahaan-perusahaan di sektor industri. Tetapi sejak tahun 2001 termasuk perusahaan publik dan privat dapat ikut juga dalam program ini. EMAS telah menyebabkan perusahaan-perusahaan dan departemen pemerintah dalam kegiatan-kegiatannya lebih memperhatikan lingkungan hidup, yaitu dengan meminimalkan sampah, mengurangi konsumsi energi, menciptakan pemakaian yang efisien dari sumber alam.

12 Inggris sudah lama perusahaan diikat dengan kode etik usaha. Perusahaan di Inggris tidak dapat lepas dari pengamatan publik karena harus transparan dalam praktik bisnisnya. Publik dapat protes secara terbuka terhadap perusahaan jika perusahaan merugikan masyarakat/konsumen/buruh/lingkungan. Pada tahun 2006, telah disahkan *Companies Act 2006* yang mewajibkan perusahaan yang sudah tercatat di bursa efek untuk melaporkan bukan saja kinerja ekonomi dan keuangan perusahaan melainkan juga kinerja sosial dan lingkungan. Laporan ini harus terbuka untuk diakses publik dan boleh dipertanyakan. Oleh karenanya perusahaan didesak untuk menjadi lebih bertanggungjawab. 12

Australia, Canada, Perancis, Jerman, Belanda, Inggris dan Amerika Serikat telah mengadopsi *code of conduct* CSR yang meliputi aspek lingkungan hidup, hubungan industrial, gender, korupsi dan hak asasi manusia (HAM). Berdasarkan hal itu mereka mengembangkan regulasi guna mengatur CSR. Australia misalnya sejak tahun 2001 mewajibkan semua perusahaan yang terdaftar di Australian Stock Exchange untuk membuat laporan tahunan CSR. Sementara Canada mengatur CSR dalam aspek kesehatan, hubungan industrial, proteksi lingkungan dan penyelesaian masalah sosial. Bahkan di beberapa negara dibutuhkan laporan pelaksanaan CSR walaupun sulit diperoleh

kesepakatan atas ukuran yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan dalam aspek sosial, sementara aspek ekonomi terutama keuangan memang jauh lebih mudah diukur.

Namun demikian banyak kritik dilontarkan bahwa laporan yang dibuat terkait dengan tanggung jawab sosial ini hanyalah sekadar *lip service*. Perusahaan cenderung untuk melaporkan atau memberikan informasi yang baik-baik saja yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Semua ini tidak terlepas dari prinsip kapitalis yang memang melekat pada perusahaan pada umumnya serta dua teori utama yang berada di belakang perilaku pengungkapan informasi perusahaan yaitu teori legitimasi dan *stakeholders*.

3 5.2. Perkembangan CSR di Indonesia

Di Indonesia salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang sering diterapkan adalah *community development*. Konsep ini menekankan pada pembangunan sosial dan pembangunan kapasitas masyarakat sehingga akan menggali potensi masyarakat lokal yang menjadi modal sosial perusahaan untuk maju dan berkembang. Selain dapat menciptakan peluang-peluang sosial ekonomi masyarakat, menyerap tenaga kerja dengan kualifikasi yang diinginkan, cara ini juga dapat membangun citra sebagai perusahaan yang ramah dan peduli lingkungan. CSR bukanlah hanya sekadar kegiatan amal, CSR mengharuskan perusahaan agar dalam pengambilan keputusannya sungguh-sungguh memperhitungkan akibatnya terhadap seluruh *stakeholders* perusahaan termasuk lingkungan.

Saat ini praktik CSR belum menjadi perilaku yang umum di Indonesia, namun dengan adanya desakan globalisasi maka tuntutan terhadap perusahaan untuk menjalankan CSR akan semakin besar. Apalagi jika *ISO 26000 on Social Responsibility* telah diluncurkan pada tahun 2009 maka mau tidak mau desakan untuk menjalankan CSR bagi perusahaan akan semakin besar termasuk di Indonesia. Penerapan kegiatan CSR di Indonesia baru dimulai pada awal tahun 2000 walaupun menurut Daniri (2007) kegiatan dengan esensi yang

sama sebenarnya telah berjalan sejak tahun 1970-an, secara bervariasi mulai dari yang paling sederhana seperti donasi sampai kepada yang komprehensif seperti terintegrasi ke dalam strategi perusahaan dalam mengoperasikan usahanya. Belakangan melalui Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, pemerintah memasukkan pengaturan tanggung jawab sosial dan lingkungan ke dalamnya.

Undang-undang nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang disahkan DPR tanggal 20 Juli 2007 menandai babak baru pengaturan CSR di negeri ini. Keempat ayat dalam pasal 74 UU tersebut menetapkan kewajiban semua perusahaan di bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pembatasan adanya kewajiban tanggung jawab sosial hanya terhadap perusahaan di bidang sumber daya alam sebenarnya telah mereduksi makna dari tanggung jawab sosial itu sendiri. Pada dasarnya tanggung jawab sosial adalah kewajiban semua perusahaan selama keberadaannya mempengaruhi dan dipengaruhi oleh komunitas dan lingkungan di mana perusahaan itu berada. Oleh sebab itu, tanggung jawab sosial seharusnya wajib bagi seluruh perusahaan apapun bentuk usahanya, karena tidak ada satu pun perusahaan yang dapat eksis tanpa mempengaruhi atau dipengaruhi oleh masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Melihat perkembangan CSR dunia saat ini, nampaknya perhatian kita terhadap CSR terkesan masih setengah hati. Apa yang ditetapkan oleh Undang-undang PT No 40 Tahun 2007 hanya akan melegitimasi pandangan yang memang sudah ada dalam pikiran sebagian pebisnis kita bahwa kegiatan CSR hanya merupakan suatu kegiatan *voluntary*, boleh dilakukan dan boleh tidak tergantung pada kebaikan hati perusahaan tersebut.

Peraturan lain yang menyentuh CSR adalah UU No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Dalam Pasal 15 (b), dinyatakan bahwa "Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan". Walaupun UU ini telah mengatur sanksi-sanksi secara terperinci terhadap badan usaha atau usaha perseorangan yang mengabaikan CSR (Pasal 34). Namun, UU ini baru

mampu menjangkau investor asing dan belum mengatur secara tegas perihal CSR bagi perusahaan nasional. Jika dicermati, peraturan tentang CSR yang relatif lebih terperinci adalah UU No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN. UU ini kemudian ditindaklanjuti dengan KepMen.BUMN No. Kep236/MBU/2003 juncto Permen.BUMN No. Per05/MBU/2007.

Dalam UU BUMN, dinyatakan bahwa selain mencari keuntungan, peran BUMN adalah juga memberikan bimbingan bantuan secara aktif kepada pengusaha golongan lemah, koperasi dan masyarakat. Selanjutnya, Permen Negara BUMN menjelaskan bahwa sumber dana PKBL berasal dari penyisihan laba setelah perusahaan maksimal 2 persen yang dapat digunakan untuk Program Kemitraan ataupun Bina Lingkungan. Peraturan ini juga menegaskan bahwa pihak-pihak yang berhak mendapat pinjaman adalah pengusaha yang memiliki aset bersih maksimal Rp 200 juta atau beromzet paling banyak Rp 1 miliar per tahun (lihat Majalah Bisnis dan CSR, 2007). Namun, Undang-undang ini pun masih menyisakan pertanyaan. Selain hanya mengatur BUMN, program kemitraan perlu dikritisi sebelum disebut sebagai kegiatan CSR.

Menurut Suratmo (2008), kegiatan kemitraan mirip dengan sebuah aktivitas sosial dari perusahaan, namun di sini masih ada bau bisnisnya. Masing-masing pihak harus memperoleh keuntungan. Lebih lanjut Suharto (2008) mempertanyakan: apakah kerja sama antara pengusaha besar dan pengusaha kecil yang menguntungkan secara ekonomi kedua belah pihak, dan apalagi hanya menguntungkan pihak pengusaha kuat (cenderung eksploitatif) dapat dikategorikan sebagai CSR? Meskipun CSR telah diatur oleh UU, debat mengenai "kewajiban" CSR masih bergaung. Bagi kelompok yang tidak setuju, UU CSR dipandang dapat mengganggu iklim investasi. Program CSR dianggap menambah biaya perusahaan.

7

Sehubungan dengan isu di atas, Departemen Sosial (Depsos, 2005) memberikan empat kriteria acuan klasifikasi Program CSR. Keempat kriteria acuan tersebut adalah: (1) norma dan tata nilai masyarakat; (2) hukum dan peraturan perundang-undangan yang

berlaku; (3) praktik bisnis dan budaya perusahaan; dan (4) perspektif individu. Penjelasan selengkapnya tentang keempat kriteria tersebut diuraikan di bawah ini. Pertama, norma dan tata nilai masyarakat penting untuk dipertimbangkan mengingat eksistensi dan penerapannya berbeda antar wilayah dan antar etnis. Oleh karena itu, implementasi program CSR harus sejiwa dan sejalan dengan norma dan tata nilai masyarakat di tempat perusahaan beroperasi. Hal ini perlu dijadikan catatan karena introduksi perubahan atau kegiatan adakalanya sensitif terhadap norma dan tata nilai suatu masyarakat.

Kedua, dari aspek hukum dan peraturan perundang-undangan, acuan klasifikasi program CSR antara lain didasarkan pada: (1) Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1974 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Kesejahteraan Sosial; (2) Undang-Undang No. 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas; (3) Undang-Undang No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN; (4) Peraturan Pemerintah 25 Tahun 2000 tentang Kewenangan Pemerintah Pusat dan Kewenangan Daerah Otonom; (5) Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah; dan (6) Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, khususnya menyangkut tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ketiga, praktik bisnis dan budaya perusahaan merupakan acuan klasifikasi penting lainnya karena setiap perusahaan memiliki karakteristik praktik bisnis dan budaya spesifik. Spesifikasi karakteristik tersebut sesuai dengan jenis usaha, unit kerja, kinerja keuangan, sensitivitas, sejarah (lama waktu) operasional kegiatan, dan cakupan wilayah operasi usaha yang selanjutnya berpengaruh terhadap implementasi program CSR baik dalam melayani kepentingan internal (para karyawan dan keluarga mereka) maupun bagi kepentingan eksternal (publik atau masyarakat luas). Keempat, perspektif individu patut dijadikan perhatian mengingat manusia memiliki latar belakang dan aspirasi yang berbeda antara satu dengan lainnya. Hal ini perlu disadari karena sebagian individu mungkin memperoleh manfaat tetapi sebagian lainnya mungkin memperoleh dampak negatif dari implementasi program CSR. Oleh karena itu seperti dikatakan Iqbal dan Sudaryanto (2008), kata kunci dalam menjawab perspektif

individu ini adalah “partisipasi”, yaitu sebagai tatanan mekanisme bagi penerima manfaat untuk jaminan kesetaraan (*equity*) dan kelangsungan (*sustainability*) program CSR. Acuan klasifikasi di atas ditujukan guna membantu perusahaan dalam proses pengambilan keputusan agar program CSR dapat di terapkan secara efektif dan efisien, dipertanggungjawabkan kepada segenap *stakeholders*, dan bermanfaat baik bagi lingkungan sosial masyarakat maupun bagi perusahaan sendiri.

Mengamati perkembangan konseptual pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang pernah diajukan oleh banyak penulis sebelum ini selain menekankan pada pentingnya tujuan pengungkapan antara lain oleh Ramanathan (1976), Wartrick dan Cochran (1985) dan Cheng (1976), juga menekankan pentingnya karakteristik bagi suatu pengungkapan tanggung jawab sosial seperti diajukan oleh Gray *et al.* (1987) dan Carrol (1979,1991,1998). Beberapa pemikiran berikutnya mulai mengembangkan tema dan *item* yang seharusnya diungkapkan seperti antara lain: The Bilan Social (1977), Jackman (1982), Brooks (1986), Gray *et al.* (1996) dan Raar (2002). Semua pemikiran ini pada dasarnya merupakan bentuk pemikiran yang saling melengkapi, dan perlu disinergikan agar menjadi suatu laporan yang menyeluruh. Hal ini telah diupayakan oleh GRI (2006) melalui panduannya akan *sustainability reporting*.

Mengingat pentingnya keterkaitan antara tanggung jawab sosial dengan ekonomi Islam, beberapa penulis seperti Sulaiman dan Willett (2003), Maali *et al.* (2003), Hameed *et al.* (2004) dan Haniffa dan Hudaib (2004). Juga telah mencoba memberikan alternatif pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan pemikiran Islam. Namun, demikian pemikiran-pemikiran ini masih terkotak-kotak dan belum memberikan suatu solusi yang tepat bagi praktik pengungkapan tanggung jawab sosial bagi bank Islam.

Apabila pada dekade yang lalu, perhatian regulator terhadap isu CSR masih terkesan setengah hati, maka saat ini kita dapat melihat bahwa perhatian tersebut sudah mulai meningkat. Tentunya hal ini tidak terlepas dari tekanan dunia internasional, di mana Indonesia

merupakan salah satu negara G20. Banyak kesepakatan internasional yang harus diikuti suka atau tidak suka. Di antaranya, komitmen Indonesia untuk mengurangi emisi gas kaca sebesar 26% (dengan usaha sendiri) dan sebesar 41% (jika mendapat bantuan internasional) pada tahun 2030 pada tahun 2009 di *Conference of Parties (COP)* ke-15 di Copenhagen. Perhatian regulator mulai ditunjukkan dengan adanya POJK nomor 51 tahun 2017 yang memaksa banyak entitas untuk menyusun bukan lagi laporan tanggung jawab sosial, melainkan berupa laporan keberlanjutan. Terakhir melalui Surat Edaran OJK Nomor 16 Tahun 2021 menunjukkan upaya yang lebih serius dari regulator terkait CSR. Dalam surat edaran ini, dinyatakan dengan jelas bahwa Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*) merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Laporan Tahunan. Laporan Keberlanjutan dapat disajikan menjadi satu kesatuan dengan Laporan Tahunan atau disajikan secara terpisah dari Laporan Tahunan. Hal ini menunjukkan bahwa laporan yang terkait dengan lingkungan, sosial dan tata kelola bukan lagi merupakan pilihan bagi perusahaan, termasuklah bagi perbankan Islam.

6.

PENGUNGKAPAN CSR BERDIMENSI SPIRITUAL

“Knock, and He’ll open the door
Vanish, and He’ll make you shine like the sun
Fall, and He’ll raise you to the heavens
Become nothing, and He’ll turn you into everything.”
(Rumi)

Praktik pengungkapan tanggung jawab sosial yang cenderung memihak pada kepentingan kelompok *stakeholders* tertentu, tidak terlepas dari keberadaan dua teori utama yang berada di baliknya yaitu teori legitimasi dan teori *stakeholders*. Hal ini yang membuat perusahaan termasuk bank Islam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai upaya untuk mendapatkan legitimasi dari *stakeholders* yang dianggap penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Menganggap penting kelompok *stakeholders* tertentu menyebabkan tersingkirnya kepentingan kelompok *stakeholders* yang lain.

Mengutamakan kepentingan *stakeholders* tertentu adalah strategi dalam teori legitimasi dan *stakeholders* yang merupakan dua teori yang sarat dengan kepentingan materialisme dan utilitas di mana prinsip maksimalisasi profit menjadi tujuan utama. Sebagai konsekuensinya pengungkapan tanggung jawab sosial hanya akan

memberikan informasi berkaitan dengan hal-hal yang dianggap memberikan keuntungan material kepada perusahaan.

Praktik yang ada pada bank Islam terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial tidak banyak berbeda dengan apa yang ada di perusahaan biasa yang berorientasi materialis kapitalis. Walaupun sebenarnya di balik wajah-wajah kapitalis yang menunjukkan keserakahan akan profit masih terdapat bayangan wajah Tuhan yang masih berusaha menampakkan keberadaannya. Wajah yang kaya dengan banyak nama yang seharusnya diupayakan untuk lebih diaplikasikan dalam praktik pengungkapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan yang mengedepankan nilai-nilai Islam.

Upaya untuk menemukan nilai-nilai spiritual yang berguna untuk mengangkat kepentingan kelompok *stakeholders* lain berdasarkan *Shari'ah Enterprise Theory* merupakan tujuan dari ekstensi atas bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial bank Islam. Ekstensi dalam hal ini berusaha untuk mengembangkan konsep mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial agar sesuai untuk digunakan di institusi keuangan yang mengedepankan nilai-nilai syariah.

6.1. Langkah-Langkah Ekstensi

Ekstensi atas pengungkapan tanggung jawab sosial bagi bank Islam akan dilakukan dalam beberapa langkah. Langkah pertama adalah menganalisis hasil temuan pada tahap pembacaan laporan tahunan. Langkah kedua adalah menerjemahkan nilai-nilai spiritual yang ditemukan pada tahap penggalian kepentingan *stakeholders* menjadi tema dan *item* pengungkapan. Upaya ini dilakukan untuk mengembangkan tema dan *item* yang selama ini terpinggirkan dan belum terangkum dalam informasi pengungkapan tanggung jawab sosial bank Islam.

Langkah ketiga adalah menurunkan konsep teoretis pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan *Shari'ah Enterprise Theory*. Caranya dengan melakukan analisis teoretis atas konsep-konsep mengenai tanggung jawab sosial yang sudah ada berikut

bentuk dan tema yang diajukan oleh pemikiran sebelumnya dengan menggunakan *Shari'ah Enterprise Theory* sebagai pijakan dasar. Langkah terakhir adalah mengembangkan suatu bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial yang baru sebagai hasil ekstensi didasari oleh temuan pada tahap satu dan dua dengan menggunakan *Shari'ah Enterprise Theory* sebagai kerangka dasar. Pada akhirnya, suatu konsep dan bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan *Shari'ah Enterprise Theory* akan diperoleh.

Pengungkapan tanggung jawab sosial pada dasarnya menunjukkan pola yang sama. Keberadaan informasi yang berhubungan dengan profit secara tidak langsung telah menepikan keberadaan informasi lain yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan informasi berkaitan dengan profit tidak ada salahnya, karena mendapatkan keuntungan merupakan hal yang wajar dalam suatu transaksi bisnis. Keinginan untuk mendapatkan profit merupakan sesuatu yang manusiawi dan suatu fitrah yang melekat dalam penciptaan manusia. Mendapatkan keuntungan merupakan sifat dasar perusahaan yang diperbolehkan syariah sepanjang bukan merupakan tujuan akhir (Saud, 1989 dan Alam, 1991), seperti dikutip dari Triyuwono (2000). Namun hendaknya jangan sampai keinginan ini menyebabkan timbulnya ketidakseimbangan dengan tersingkirnya informasi-informasi lain yang tidak kalah pentingnya dalam upaya mewujudkan tujuan ekonomi syariah. Informasi mengenai profit adalah informasi yang memihak kepada kepentingan perusahaan dalam hal ini adalah pemilik dan manajer.

Sebagai akibat dari pemihakan yang didasari oleh orientasi kapitalis seperti yang dikatakan Friedman (1970) bahwa satu-satunya tanggung jawab perusahaan adalah menghasilkan laba bagi pemilik, maka informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial cenderung menjadi informasi yang tidak mendapat banyak perhatian dari bank Islam. Pertama adanya pemahaman bahwa tanggung jawab sosial merupakan kegiatan *charity* atau *philanthropy*; kedua, terbatasnya tema yang diungkapkan yang berkaitan dengan tanggung

jawab sosial dan yang ketiga adalah adanya pemusatan pada kepentingan sebagian *stakeholders* tertentu.

Adanya pemahaman bahwa tanggung jawab sosial identik dengan kegiatan *charity* atau *philanthropy* terlihat dengan dipisahkannya kegiatan-kegiatan kontribusi yang dilakukan oleh bank terhadap pihak lain secara tersendiri di bawah judul laporan tanggung jawab sosial.

13 Prinsip *charity* seperti dikatakan oleh Frederick *et al.* (1988) merupakan pandangan bahwa kelompok yang lebih sejahtera dalam masyarakat harus memberikan sumbangan kepada kelompok lain yang lebih membutuhkan. *Charity* atau *philanthropy* seperti dikatakan Robert Payton seorang ahli *philanthropy* dalam Carrol (1998) berkaitan dengan tiga kegiatan, yaitu *voluntary service*, *voluntary association* dan *voluntary giving* bagi tujuan publik. *Philanthropy* lebih lanjut dikatakan lebih sering dimanifestasikan melalui kontribusi perusahaan kepada masyarakat. *Philanthropy* sejauh ini dipahami sebagai suatu kegiatan sukarela. Pemahaman bahwa tanggung jawab sosial adalah kegiatan *voluntary* sebagaimana diungkapkan oleh Robert Payton ini sejalan dengan Davis (1973) yang mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai "*the voluntary efforts by business to achieve a balance of economic goals and societal well being*". Namun, pemahaman yang dianut terbatas pada sifat sukarela dari tanggung jawab sosial, tujuannya untuk mencapai keseimbangan tujuan ekonomi (kepentingan pemilik) dan kesejahteraan sosial (kepentingan di luar pemilik) tidak diperhitungkan oleh perusahaan. Keseimbangan bermakna bahwa kepentingan ekonomi harus diposisikan pada tempat yang sama karena jika tidak sama yang timbul adalah ketidakseimbangan. Keseimbangan seperti dikatakan Triyuwono (2007) bermakna menyeimbangkan nilai egoistik dengan nilai altruistik serta nilai material dengan nilai spiritual. Karena hanya dipahami sebagai kegiatan sukarela maka keseimbangan yang sesungguhnya merupakan tujuan menjadi sesuatu yang terlupakan. Keseimbangan juga dinyatakan Naqvi (1981) dalam Sulaiman dan Willett (2003) sebagai salah satu aksioma yang mendasari filosofi

etika Islam. Konsep keseimbangan dalam perspektif tindakan sosial dijelaskan Naqvi (1981) merupakan komitmen moral yang mengikat individu dalam masyarakat untuk menegakkan keseimbangan antara hak-hak individu dengan tanggung jawab terhadap *ummah*.

Definisi Bowen (1953:6) tentang tanggung jawab sosial sebagai:

“the obligations of businessmen to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of action which are desirable in terms of the objectives and values of our society”

Seperti dijelaskan Turker (2009), lebih menunjukkan makna tanggung jawab sosial yang sebenarnya. Tidak cukup dengan hanya menjalankan *philanthropy* sesaat, tetapi perusahaan harus menjadikan semua *stakeholders* sebagai bagian dari perusahaan itu. Dalam hal ini, setiap kebijakan dan keputusan bisnis harus mempertimbangkan kepentingan semua *stakeholders*. Karenanya memahami *charity* atau *philanthropy* sebagai wujud dari pelaksanaan tanggung jawab sosial merupakan pemahaman yang amat dangkal. Yunus (2007: 62) menyatakan bahwa *charity* hanya menyenangkan hati kecil saja, *charity* dikatakan Yunus seringkali digunakan karena keengganan untuk mengakui pokok masalah dan menemukan solusi yang terbaik buat semua. Meskipun pada kenyataannya pemahaman ini yang banyak dianut oleh kalangan bisnis. Namun, hal ini tidak menyentuh hakikat dari tanggung jawab sosial yang sebenarnya.

Tanggung jawab sosial bukanlah sekadar kegiatan sukarela, jika dalam urutan hukum dalam Islam ada wajib dan sunah maka memahami tanggung jawab sosial sebagai *voluntary* berarti memaknainya sebagai sesuatu yang sunah. Sesuatu yang hukumnya sunah boleh dikerjakan boleh tidak, jika dikerjakan maka perusahaan akan mendapat manfaat berupa citra atau nama baik, jika tidak dijalankan maka tidak ada pihak yang dapat mengklaim. Sebaliknya sesuatu yang wajib tidak boleh dianggap sunah. Bagi bank Islam yang mengedepankan tujuan ekonomi syariah tanggung jawab sosial hukumnya wajib. Hal ini dikarenakan dalam tanggung jawab sosial melekat fungsi manusia sebagai hamba yang harus menjalankan amanah yang telah diberikan oleh Khalik dan akan dimintai

pertanggungjawaban kelak atas semua yang telah dilakukan. Tanggung jawab sosial dalam hal ini bermakna mempertimbangkan kepentingan semua *stakeholders* dalam setiap kebijakan dan keputusan perusahaan. Menjalankan tanggung jawab sosial secara benar dan tidak memahaminya sebagai kegiatan *voluntary* merupakan bentuk pertanggungjawaban kepada Tuhan.

Berbagai tema telah diajukan sebagai bagian dari kegiatan tanggung jawab sosial yang harus dilakukan dan diungkapkan oleh perusahaan antara lain oleh Brooks (1986); Gray *et al.* (1987); Cheng (1976); The Corporate Report (1975); Jackman (1982); The Union Europeenne des Experts Comptables (UEC); Gray *et al.* (1996); Raar (2002) dan GRI dengan G3 pada tahun 2006. Secara khusus mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial bagi institusi keuangan juga telah diajukan oleh Sulaiman dan Willett (2003); Maali *et al.* (2003); Haniffa dan Hudaib (2004) serta Hameed *et al.* (2004). Dari berbagai tema yang diajukan oleh para pendukung tanggung jawab sosial di atas, tema yang disarankan untuk dilakukan ataupun diungkapkan adalah berkaitan dengan:

1. Sumber daya manusia
2. Informasi produk
3. Lingkungan
4. Komunitas
5. Sumbangan/*charity*
6. Konsumen
7. Hak asasi manusia
8. Zakat dan *Qardhul Hasan*
9. Dewan Pengawas Syariah
10. Pendapatan yang tidak halal

Pada umumnya tema-tema yang terdapat pada pengungkapan berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Dewan Pengawas Syariah
2. Sumber daya manusia
3. Komunitas/Usaha Mikro Kecil Menengah

4. Zakat dan *Qardhul hasan*
5. Produk
6. Sumbangan/*charity*

Adanya keterbatasan tema ini secara tidak langsung merupakan akibat dari lebih berperannya profit dan *power* atas **pengungkapan tanggung jawab sosial** dan **sebagai** akibat dipahaminya **tanggung jawab sosial** sebagai suatu kegiatan *philanthropy*. Oleh sebab itu tema yang dianggap **tidak memberikan kontribusi secara langsung terhadap keuntungan perusahaan** seperti lingkungan, produk, hak asasi manusia dan konsumen menjadi tema yang terabaikan. Kalaupun diperhatikan, perhatian hanya diberikan sekadarnya dan cenderung pada pengungkapan hal-hal yang positif saja.

1. Dewan Pengawas Syariah (DPS)

Informasi berkaitan dengan kepatuhan terhadap fatwa merupakan informasi yang diungkapkan oleh semua bank Islam. Kepatuhan terhadap fatwa DSN dalam hal ini diwujudkan dalam informasi Opini Dewan Pengawas Syariah. Informasi mengenai kepatuhan terhadap fatwa yang dimanifestasikan melalui Opini Dewan Pengawas Syariah merupakan informasi yang menurut Hameed *et al.* (2004), Maali *et al.* (2003), dan Haniffa dan Hudaib (2004) sebagai sesuatu yang harus diungkapkan oleh institusi keuangan Islam. Hameed *et al.* (2004) mengajukan *item* yang harus diungkapkan berkaitan dengan: penunjukan anggota DPS, laporan DPS, kegiatan yang dilakukan, latar belakang anggota DPS meliputi pendidikan dan pengalaman. Haniffa dan Hudaib (2004) menambahkan informasi mengenai renumerasi anggota DPS sebagai hal yang juga perlu diungkapkan oleh institusi keuangan syariah. Apa yang telah diungkapkan oleh bank Islam sejauh ini telah memenuhi sebagian besar *item* yang diajukan, yaitu Opini DPS, pendidikan anggota DPS dan pengalaman anggota DPS.

2. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan tema yang diajukan oleh semua penulis mengenai tanggung jawab sosial di atas sebagai area

yang harus mendapatkan perhatian perusahaan. The Bilan Social bahkan mempersyaratkan perusahaan di Perancis yang memiliki lebih dari 300 pegawai untuk menerbitkan laporan *Social Balance Sheet* yang secara eksklusif lebih menekankan pada isu terkait dengan pekerja. Informasi yang diajukan untuk diungkapkan antara lain adalah:

- a. Data dan jumlah pegawai
- b. Renumerasi, upah dan tunjangan tambahan
- c. Kondisi kesehatan dan keamanan pekerja
- d. Pendidikan dan pelatihan yang diberikan
- e. Hal-hal lain yang berhubungan dengan kualitas hidup pekerja
- f. Dana pensiun
- g. Skema pembagian kepemilikan dengan pekerja
- h. Kesetaraan kesempatan (wanita dan pekerja cacat)
- i. Moral pegawai
- j. *Reward* (penghargaan bagi pegawai)

Sementara itu informasi yang banyak diungkapkan oleh bank Islam berkaitan dengan tema sumber daya manusia atau pegawai adalah:

- a. Pelatihan yang diberikan kepada pegawai
- b. Kebijakan upah dan renumerasi
- c. Data pegawai (pendidikan dan jenis kelamin)
- d. Peningkatan kualitas spiritual pegawai

Dilihat dari *item-item* yang diajukan oleh para penyokong tanggung jawab sosial sehubungan dengan tema sumber daya manusia, jelas informasi yang diungkapkan oleh bank Islam masih jauh dari memadai. Sedikitnya informasi yang diungkapkan berkaitan dengan tanggung jawab sosial terhadap pegawai menunjukkan seberapa pentingnya sumber daya manusia bagi bank tersebut, atau bagaimana sebenarnya mereka memandang posisi pegawai dalam perusahaan.

3. Komunitas

12

Community development merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial yang sering dilakukan perusahaan yang menekankan pada pembangunan sosial dan pembangunan kapasitas masyarakat sehingga akan menggali potensi masyarakat lokal (Daniri, 2007). Aspek mengenai keterlibatan masyarakat yang perlu diungkapkan menurut Maali *et al.* (2003), Haniffa dan Hudaib (2004) dan Raar (2002) adalah:

- a. peranan bank dalam perkembangan ekonomi
- b. perhatian terhadap masalah-masalah sosial masyarakat
- c. mendukung organisasi yang memberikan manfaat pada masyarakat
- d. mensponsori kegiatan pendidikan/memberikan beasiswa pendidikan
- e. mendukung industri lokal

Berkaitan dengan aspek komunitas atau masyarakat ini *Global Reporting Initiative* (GRI) malahan mengajukan untuk mengungkapkan isu berkaitan dengan korupsi, perilaku anti kompetitif dan sanksi moneter dan nonmoneter atas ketidakpatuhan terhadap aturan. Sementara dari hasil analisis perhatian bank Islam terhadap komunitas lebih banyak diwujudkan dengan perhatian terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Adapun *item* yang diungkapkan berkaitan dengan:

- a. jumlah pembiayaan yang diberikan
- b. banyaknya UMKM yang menerima pembiayaan

4. Zakat dan *Qardhul Hasan*

Informasi mengenai zakat dan *qardhul hasan*, merupakan informasi yang wajib diungkapkan oleh suatu institusi keuangan yang mengedepankan nilai-nilai Islam. Tujuan pelaporan keuangan menurut Islam seperti dikatakan Triyuwono (1997) adalah untuk memenuhi kepentingan dalam pembayaran zakat. Oleh sebab itu, informasi berkaitan dengan zakat merupakan informasi yang sudah seharusnya diungkapkan oleh bank Islam. Maali *et al.*(2003); Haniffa

dan Hudaib (2004) serta Hameed *et al.* (2004)) yang mengajukan zakat sebagai salah satu tema yang harus diungkapkan sebagai bagian dari tanggung jawab sosial menghendaki diungkapkannya hal-hal berikut:

- a. jumlah dana zakat dan *qardhul hasan*
- b. audit atas dana zakat dan *qardhul hasan*
- c. sumber dan penggunaan dana zakat dan *qardhul hasan*

Tema zakat dan *qardhul hasan* tidak banyak diungkapkan dalam laporan tahunan bank Islam. Kalaupun ada pengungkapannya hanya bersifat naratif.

Pemahaman tanggung jawab sosial sebagai kegiatan *philanthropy* dan *voluntary* sebagaimana yang ada di bank Islam serta terbatasnya tema yang diungkapkan menunjukkan kepentingan siapa yang lebih diperhatikan oleh perusahaan. Menganggap tanggung jawab sosial sebagai kegiatan *voluntary* menyebabkan timbulnya ketidakseimbangan informasi yang diungkapkan oleh perusahaan. Karena tidak ada pertanggungjawaban yang penting untuk diungkapkan kepada *stakeholders* lain maka yang harus dipenuhi adalah tanggung jawab kepada pemilik dalam bentuk pengungkapan informasi keuangan material, serta tanggung jawab kepada regulator dalam bentuk kepatuhan terhadap aturan yang dikeluarkan. Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan dalam teori *stakeholders* yang mengidentifikasi kelompok-kelompok yang berkepentingan kepada siapa perusahaan bertanggungjawab dan selanjutnya memprioritaskan kepentingannya (Gray, 2001). Ulmann (1985) mempertegas pemihakan perusahaan terhadap *stakeholders* tertentu ini yang dalam pernyataannya menyebutkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan strategi yang digunakan untuk mengelola hubungan dengan *stakeholders* dengan mempengaruhi level permintaan yang berasal dari *stakeholders* yang berbeda. Semakin penting *stakeholders* itu bagi kesuksesan perusahaan, semakin besar kemungkinan perusahaan akan memenuhinya.

6.2. Upaya untuk Mengedepankan Wajah Tuhan

Tanggungjawab sosial perusahaan pada hakikatnya adalah upaya untuk menonjolkan sifat altruistik yang ada pada perusahaan agar bertindak secara lebih adil dengan mempertimbangkan kepentingan semua *stakeholders* dalam setiap kebijakan perusahaan. Karenanya pengungkapan tanggung jawab sosial seharusnya memberikan informasi kepada semua *stakeholders* berkaitan dengan tindakan apa yang telah dilakukan perusahaan guna menunjukkan bahwa perusahaan telah mempertimbangkan kepentingan semua *stakeholders* dalam setiap kebijakannya.

Keberpihakan perusahaan terhadap kepentingan kelompok *stakeholders* tertentu dalam bentuk pengungkapan informasi yang hampir selalu dikaitkan dengan informasi keuangan seperti pertumbuhan, Dana Pihak Ketiga, aset, CAR, NPF serta *award-award* yang diperoleh bank yang lebih menonjolkan aspek material disadari atau tidak telah menepikan kepentingan kelompok *stakeholders* yang lain. Kepentingan yang lebih banyak digendong (meminjam istilah Mbah Surip) dan di bawa kemana-mana oleh bank Islam dalam hal ini adalah kepentingan pemilik dan regulator sebagai *stakeholders* yang paling berpengaruh. Ketika perusahaan mengungkapkan informasi bahwa perhatian terhadap kepentingan pegawai telah diberikan dalam bentuk pelatihan, maka tujuan memberi perhatian tetap dalam upaya meningkatkan laba (kembali kepentingan pemilik digendong). Ketika bank mengungkapkan informasi mengenai Opini Dewan Pengawas Syariah maka pengungkapan ini dilakukan lebih karena adanya aturan dari Bank Indonesia yang mengharuskan keberadaan laporan Dewan Pengawas Syariah (lagi-lagi kepentingan regulator yang digendong).

Keinginan untuk menggendong kepentingan pihak selain pemilik dan regulator sebetulnya dimiliki oleh individu yang terlibat dengan bank Islam. Hal ini tidak terlepas dari fitrah manusia yang sudah diilhami oleh penciptanya dengan kebaikan (Q.S. 91:78). Hal ini menunjukkan bahwa dalam diri manusia selalu ada keinginan untuk berbuat baik. Manusia seperti dikatakan Agustian (2005: 27)

mempunyai kesadaran fitrah untuk berpegang pada Pencipta yang Abadi. Ketika Tuhan melakukan dialog dengan jiwa manusia dengan bertanya “Bukankah Aku ini Tuhanmu” dan jiwa manusia menjawab “Betul Engkau Tuhan kami” maka ini adalah perjanjian yang mengikat manusia untuk berperilaku sesuai dengan pengakuannya. Kecenderungan untuk berbuat baik terhadap manusia dan alam adalah kecenderungan alami yang melekat dan sesuai dengan tujuan penciptaan manusia, menjadi *rahmatan lil alamin*.

Terdapat tiga prinsip yang seharusnya diterapkan pada bank Islam, yaitu berbagi dengan adil, *rahmatan lil alamin* dan *maslaha*. Aplikasi prinsip-prinsip ini dalam praktik pengungkapan tanggung jawab sosial menurut penulis merupakan upaya untuk menerjemahkan wajah Tuhan (*God Face*) dalam kegiatan nyata bank Islam sehingga ketika kita memperhatikan aktivitas perbankan syariah yang tampak adalah wajah Tuhan yang menebarkan kebaikan kepada semua umatnya. Ketika Carrol (1991) mengatakan bahwa ada empat wajah yang harus dimiliki oleh perusahaan untuk dapat dikatakan sebagai *corporate citizenship*, yaitu ekonomi, hukum, etika dan *philanthropy* maka bagi perbankan syariah hanya ada satu wajah yang harus dimunculkan yaitu wajah Tuhan, karena menampilkan wajah ini secara otomatis berarti harus menampilkan wajah yang lainnya. Hal ini sesuai dengan konsep akuntabilitas dalam akuntansi syariah yang dinyatakan Triyuwono (2000: 290) yaitu ketika akuntabilitas kepada Tuhan dipenuhi, akuntabilitas pada sesama (pemilik dan masyarakat) secara otomatis terpenuhi pula karena akuntabilitas pada Tuhan pada dasarnya merupakan ketaatan pada kehendak dan aturan Tuhan.

6.2.1. Prinsip “Berbagi”

Dalam Islam prinsip berbagi diaplikasikan oleh Al-Qur’an dengan berbagi hal-hal yang bersifat material seperti harta maupun berbagi hal yang bersifat nonmaterial. Berbagi bermakna memberikan apa yang dimiliki seseorang kepada orang lain. Berbagi juga dimaknai sebagai berbagi secara material seperti berbagi harta dengan

memberikan zakat, infak, dan sedekah ataupun memberi sumbangan. Selain itu berbagi juga dimaknai sebagai berbagi hal yang nonmaterial seperti berbagi kebaikan serta menjalankan amar makruf dan nahi munkar.

Konsep amar makruf nahi munkar dalam Islam dikenal sebagai saling menasihati atau menganjurkan berbuat kebaikan dan mencegah kejahatan. Dalam praktik perbankan Islam hal ini antara lain dapat dimaknai sebagai kegiatan bank untuk ikut mendukung program-program kebaikan bagi manusia dan lingkungan ataupun ikut serta mencegah timbulnya kerusakan di muka bumi.

Prinsip berbagi ini dapat dikaitkan dengan keharusan bank Islam untuk menjalankan sistem profit and *loss sharing* dan praktik nondiskriminasi terhadap pekerja (karyawan) khususnya yang berkenaan dengan kebijakan penggunaan tenaga *outsourcing*.

Makna berbagi ini menunjukkan pandangan yang sama dengan tema yang pernah diajukan oleh Maali *et al.*(2003), Haniffa dan Hudaib, (2004) serta Hameed *et al.* (2004) mengenai pentingnya mengungkapkan informasi berkaitan dengan zakat dan *qardhul hasan* yang antara lain menyangkut: jumlah dana zakat dan *qardhul hasan*, audit atas dana zakat dan *qardhul hasan*, sumber dan penggunaan dana zakat dan *qardhul hasan*. Selain itu praktik yang juga menunjukkan adanya prinsip berbagi adalah skema pembiayaan profit and *loss sharing* sebagaimana dikatakan oleh Iqbal dan Mirakhor (2003) bahwa dalam praktik profit and *loss sharing* manfaat dan biaya dari bentuk kerja sama apapun dibagi sesuai dengan proporsi kontribusi yang diberikan. Skema pembiayaan ini lebih sesuai dengan semangat syariah daripada skema murabahah (jual beli) yang walaupun bukan sesuatu yang diharamkan oleh Tuhan namun keterkaitannya dengan tujuan menyejahterakan umat masih diragukan. Berdasarkan prinsip berbagi ini penulis mencoba menerjemahkannya dalam tindakan operasional yang lebih nyata melalui *item-item* berikut ini:

Tabel 6.1. Aplikasi Prinsip Berbagi dalam Pengungkapan CSR

Prinsip	Uraian	Praktik	Pengungkapan
Berbagi dengan adil	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak memihak pada kepentingan kelompok <i>stakeholders</i> tertentu. - Memberi perhatian yang seimbang atas kepentingan semua <i>stakeholders</i>. - Berbagi kebaikan dalam bentuk amar <i>makruf nahi munkar</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengutamakan pembiayaan berdasarkan PLS - Menjalankan upaya untuk meningkatkan pembiayaan berdasarkan PLS - Memberi zakat, infak dan sedekah kepada masyarakat miskin - Mengawasi dan mengevaluasi manfaat dana ZIS - Menjalankan kebijakan nondiskriminasi terhadap pegawai dalam hal upah, <i>training</i>, kesempatan meningkatkan karier - Mengurangi praktik <i>outsourcing</i> - Tidak memberikan pembiayaan pada perusahaan yang terindikasi melakukan praktik diskriminasi terhadap pegawai dan melanggar HAM. - Memberikan sumbangan pada lembaga yang bermanfaat bagi masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengungkapkan jumlah pembiayaan berdasarkan skema PLS - Mengungkapkan persentase pembiayaan PLS dibandingkan skema lainnya. - Mengungkapkan upaya untuk meningkatkan PLS. - Mengungkapkan laporan ZIS yang diaudit. - Mengungkapkan hasil evaluasi dan manfaat ZIS secara keseluruhan. - Laporan dana zakat dan <i>qardhul hasan</i>. - Audit atas laporan zakat dan <i>qardhul hasan</i> - Penjelasan atas sumber & penggunaan dana zakat. - Penjelasan atas sumber dan penggunaan dana <i>qardhul hasan</i>. - Menjelaskan penerima dana <i>qardhul hasan</i>. - Mengungkapkan kebijakan nondiskriminasi terkait upah, <i>training</i>, kesempatan meningkatkan karier. - Kebijakan upah dan renumerasi.

Prinsip	Uraian	Praktik	Pengungkapan
			<ul style="list-style-type: none"> - Mengungkapkan kebijakan nondiskriminasi yang diterapkan ¹ terhadap karyawan dalam hal upah, training, kesempatan meningkatkan karier. - Pemberian pelatihan & pendidikan kepada karyawan. - Data jumlah pegawai berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan & pendidikan termasuk pekerja kontrak. - Banyaknya pelatihan dan pendidikan yang diberikan kepada karyawan - Penghargaan kepada karyawan - Mengungkapkan kebijakan <i>outsourcing</i>. - Mengungkapkan adakah isu-isu diskriminasi digunakan sebagai pertimbangan dalam memberikan pembiayaan. - Mengungkapkan sumbangan yang diberikan pada kegiatan/ lembaga yang memberi manfaat pada masyarakat banyak

2

6.2.2. "Rahmatan lil Alamin"

Prinsip *rahmatan lil alamin* terkait dengan tugas yang diemban oleh manusia untuk menjadi rahmat kepada seluruh alam. Hal ini bermakna keberadaan manusia harusnya dapat menjadi manfaat kepada makhluk Tuhan yang lain. Dalam kerangka bank Islam, maka

manfaat dari keberadaan bank Islam harusnya dapat dirasakan oleh semua pihak baik yang terlibat maupun yang tidak terlibat langsung dengan aktivitas perbankan sebagaimana yang dimaksudkan dalam *Shari'ah Enterprise Theory*.

Kesadaran akan pentingnya mengemban tugas menjadi rahmat bagi semesta alam disadari baik oleh pelaku bank Islam maupun *stakeholders* lainnya. Prinsip ini oleh dapat dimaknai sebagai memberikan rahmat bagi semua ataupun kesejahteraan bagi semua pihak.

Bentuk keberpihakan atau rahmat bagi semua ini antara lain dapat juga dimaknai sebagai pemberian zakat, infak, dan sedekah maupun pemberian pembiayaan kepada para pengusaha kecil.

Sistem ekonomi nonriba dipercaya dan telah ditegaskan berkali-kali di Al-Qur'an (Ar-Ruum: 39; An-Nissa 160-161; Ali Imran: 130; Al-Baqarah: 275-279) sebagai suatu sistem ekonomi yang adil dan membawa keselamatan dunia akhirat bagi para pelakunya. Sebagai usaha untuk mewujudkan sistem ekonomi nonriba inilah maka bank Islam didirikan. Untuk memastikan bahwa semua kegiatannya berlangsung dalam koridor syariah Islam, maka dibentuklah Dewan Pengawas Syariah yang tugas utamanya adalah mengawasi kegiatan usaha lembaga keuangan syariah agar sesuai dengan ketentuan dan prinsip syariah yang telah difatwakan oleh DSN. Oleh sebab itu keberadaan DPS yang profesional jelas merupakan suatu keharusan yang tidak bisa dielakkan. Hal ini penting untuk memastikan bahwa salah satu fungsi bank Islam sebagai *rahmatan lil alamin* sedang dijalankan oleh pelaku bank Islam.

Secara etimologis, Islam berarti damai, sedangkan *rahmatan lil alamin* berarti 'kasih sayang bagi semesta alam'. Maka yang dimaksud dengan Islam *rahmatan lil alamin* adalah Islam yang kehadirannya di tengah kehidupan masyarakat mampu mewujudkan kedamaian dan kasih sayang bagi manusia maupun alam. *Rahmatan lil alamin* adalah istilah qurani dan istilah itu sudah terdapat dalam Al-Qur'an, yaitu sebagaimana firman Allah dalam Surat Al Anbiya' ayat 107: "Dan tiadalah kami mengutus kamu melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi

semesta alam (*rahmatan lil alamin*)". Ayat tersebut menegaskan bahwa kalau Islam dijalankan secara benar, dengan sendirinya akan mendatangkan rahmat untuk orang Islam maupun untuk seluruh alam.

Kata 'rahman' yang berarti kasih sayang berikut derivasinya seperti dinyatakan Umar (2009), disebut berulang-ulang dalam jumlah yang begitu besar, lebih dari 90 ayat dalam Al-Qur'an. Bahkan, dua kata rahman dan rahim yang diambil dari kata 'rahmat' dan selalu disebut-sebut kaum muslim setiap hari adalah nama-nama Tuhan sendiri (*asmaul husna*). Ibnu Abbas, seorang ahli tafsir, mengatakan bahwa kerahmatan Allah meliputi orang mukmin dan nonmukmin. Al-Qur'an juga menegaskan, rahmat Tuhan meliputi segala hal (Q.S. 7: 156). Oleh sebab itu, para ahli tafsir sepakat bahwa rahmat Allah mencakup orang mukmin dan nonmukmin, orang baik (*albirr*) dan jahat (*alfajir*), serta semua makhluk Allah.

Fungsi kerahmatan ini dielaborasi oleh Nabi Muhammad saw. melalui sabdanya, *innama bu'istu liutammima makarimal akhlak* (Aku diutus Tuhan hanya untuk menyempurnakan akhlak). Akhlak luhur adalah moral dan nilai-nilai kemanusiaan, seperti kejujuran, keadilan, menghormati, dan menyayangi orang lain dan sebagainya. Adapun kekerasan, kesombongan, dan kezaliman adalah berlawanan secara diametral dengan *akhlakul karimah*. Dalam konteks Islam *rahmatan lil alamin*, Islam telah mengatur tata hubungan menyangkut aspek teologis, ritual, sosial, dan humanitas.

Dalam segi teologis, Islam memberi rumusan tegas yang harus diyakini oleh setiap pemeluknya. Ekspresi tentang *rahmatan lil alamin* ini misalnya terumus sebagai "...janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi" (Al Baqarah: 11) dan/atau "... janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan" (Al Qashas: 77) dapat langsung dijadikan acuan dalam menjalin kerja sama dengan para nasabah. Dengan demikian, praktik bank Islam terkondisi selalu mencermati rekam jejak calon nasabah yang mempunyai catatan sebagai perusak

lingkungan, misalnya untuk memastikan pembiayaan yang dikeluarkannya tidak akan digunakan untuk merusak lingkungan.

Hassan Hanafi dalam bukunya *Religion, Ideology, and Developmentalism* sebagaimana dijelaskan oleh Umar (2009) mengatakan bahwa Islam semestinya tidak lagi dipahami hanya sebatas teks tetapi diterjemahkan dalam realitas, itulah Islam yang sesungguhnya. Islam dalam hal ini adalah prinsip nilai-nilai moral positif yang kandungannya kemudian diterjemahkan dalam realitas kehidupan. Islam harus menjadi agama yang realistis bagi kehidupan ini sehingga dapat memberi kontribusi yang praksis bagi peradaban. Teks keagamaan tidaklah bersifat normatif, tetapi semestinya ia menjadi spirit dan sumber penyemangat bagi kehidupan, karena peradaban Islam sesungguhnya dimulai dari peradaban tekstual.

Berdasarkan prinsip yang ditemukan ini, yaitu *rahmatan lil alamin*, penulis mencoba menerjemahkannya dalam kegiatan nyata berkaitan dengan praktik pengungkapan tanggung jawab sosial yang harus dilakukan bank Islam.

Tabel 6.2. Aplikasi *Rahmatan lil Alamin* dalam Pengungkapan CSR

Prinsip	Uraian	Praktik	Pengungkapan
<i>Rahmatan lil alamin</i>	- Memberi rahmat, manfaat kepada semua <i>stakeholders</i> terutama yang selama ini termarginalkan dalam sistem perbankan modern.	- DPS profesional yang - Mendorong perkembangan UMKM dengan menyalurkan pembiayaan - Menjalankan kebijakan hemat energi di lingkungan internal - Mendukung upaya pelestarian lingkungan dalam bentuk kontribusi/sumbangan - Tidak membiayai perusahaan yang terindikasi melakukan perusakan lingkungan	- Opini Dewan Pengawas Syariah - Mengungkapkan fatwa dan aspek operasional yang dipatuhi dan tidak dipatuhi beserta alasannya. - Kualifikasi dan pengalaman anggota DPS - Kegiatan yang dilakukan oleh anggota DPS. - Renumerasi bagi anggota DPS - Ada atau tidak Transaksi/sumber

Prinsip	Uraian	Praktik	1. Mengungkapkan
			<p>pendapatan/biaya yang tidak sesuai syariah.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jumlah transaksi yang tidak sesuai syariah. - Alasan adanya transaksi tersebut. - Informasi produk dan konsep syariah yang mendasarinya <p>2. Mengungkapkan</p> <ul style="list-style-type: none"> - usaha yang dilakukan untuk mendorong perkembangan UMKM - Mengungkapkan porsi pembiayaan UMKM - Mengungkapkan upaya yang dilakukan untuk mendukung penghematan energi dan mengurangi <i>global warming</i> secara internal. - Mengungkapkan jumlah sumbangan terhadap upaya pelestarian lingkungan
<i>Rahmatan lil alamin</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Memberi rahmat, manfaat kepada semua <i>stakeholders</i> terutama yang selama ini termargi- 	<ul style="list-style-type: none"> - DPS yang profesional - Mendorong perkembangan UMKM dengan menyalurkan pembiayaan - Menjalankan kebijakan hemat energi di lingkungan internal 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengungkapkan kebijakan yang diambil berkaitan dengan pembiayaan atas perusahaan yang berpotensi dan terindikasi merusak lingkungan.

Prinsip	Uraian	Praktik	Pengungkapan
	nalkan dalam sistem perbankan modern.	<ul style="list-style-type: none"> - Mendukung upaya pelestarian lingkungan dalam bentuk kontribusi/sumbangan - Tidak membiayai perusahaan yang terindikasi melakukan perusakan lingkungan 	<ul style="list-style-type: none"> - Kebijakan internal bank yang mendukung program hemat energi dan konservasi. - Kontribusi terhadap organisasi yang memberikan manfaat terhadap pelestarian lingkungan. - Kontribusi langsung terhadap lingkungan (menanam pohon dsb.)

6.2.3. Prinsip “Maslaha”

Maslaha seperti telah diuraikan pada bab sebelumnya bermakna kepentingan orang banyak. Mengutamakan kepentingan orang banyak di atas kepentingan sekelompok orang tertentu sangat dianjurkan dalam Islam sehingga dalam menentukan apakah suatu kegiatan akan dilakukan atau tidak pertimbangannya adalah manfaat dan *mudarat*-nya. Jika kegiatan itu mendatangkan manfaat pada banyak orang daripada *mudarat*-nya maka sesuatu itu dianjurkan untuk dilakukan, sementara jika menzalimi orang banyak biarpun halal tidak boleh dilakukan.

Selain itu, *maslaha* juga dapat diartikan sebagai kepentingan umat yang bermakna bahwa keberpihakan tidak hanya kepada pengusaha besar, melainkan juga terhadap pengusaha kecil selain berpihak pada pembiayaan yang mengutamakan kepentingan orang banyak.

Makna dari prinsip *rahmatan lil alamin*, setidaknya memberikan panduan mengenai bagaimana mengaplikasikan nilai ini dalam praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam hal ini, level *maslaha* yang diajukan oleh Al Shatibi membantu memberikan panduan yang jelas mengenai kepentingan apa dan siapa yang harus didahulukan supaya tidak timbul ketidakadilan. Beberapa penulis

seperti Kamali (1989a, 1989b, 1999); Chapra (2000a); Nyazee (2000); Mumisa (2002); Sardar (2003) dan Hallaq (2002) menilai bahwa klasifikasi *maslaha* seperti diajukan Al Shatibi berhubungan dan punya keterkaitan yang erat dengan tujuan syariah, yaitu memastikan bahwa kepentingan masyarakat dilindungi dengan cara terbaik.

Level dalam prinsip *maslaha* yang diajukan Al Shatibi ini menyerupai dengan hierarki kebutuhan yang pernah diajukan oleh Abraham Maslow (1968) yang mengembangkan teori kebutuhan berdasarkan kebutuhan fisiologis, keamanan dan keselamatan, sosial, penghargaan dan aktualisasi diri. Berdasarkan hierarki ini, manusia punya level kebutuhan yang harus dipenuhi secara berjenjang, pemenuhan kebutuhan secara acak akan menimbulkan ketidakseimbangan dalam kehidupan. Hanya saja menurut Azmi (1991) dan Ahmad (2002) hierarki yang dikembangkan oleh Maslow ini tidak dapat diterapkan sepenuhnya dalam konteks Islam karena lebih didasari oleh perspektif materialisme.

1 Dengan menggunakan prinsip *maslaha* dalam praktik pengungkapan tanggung jawab sosial bagi bank Islam hal ini bermakna bahwa pemenuhan pada level *daruriyyat* dan *hajiyyat* harus lebih mendapat perhatian daripada level *tahsiniyyat*. Artinya, bank dituntut untuk mengungkapkan apa yang telah dilakukannya berkaitan dengan pemenuhan tanggung jawab sosial pada level *daruriyyat* dan *hajiyyat* sebelum mengungkapkan apa yang telah dilakukan pada level *tahsiniyyat*. Contoh dalam hal ini, misalnya pengungkapan atas kebijakan bank berkaitan dengan pembiayaan perusahaan yang berpotensi atau merusak lingkungan lebih penting daripada pengungkapan atas kegiatan bank memberikan sumbangan untuk LSM lingkungan. Contoh lain adalah pengungkapan informasi mengenai pembiayaan yang diberikan pada sektor UMKM sifatnya adalah *daruriyyat* dibandingkan informasi mengenai pembiayaan yang diberikan kepada korporat dan sindikasi. Hal ini dikarenakan melindungi kepentingan orang banyak (masyarakat luas, alam, kelompok usaha kecil yang biasa termarginalkan) lebih penting dalam pandangan syariah dibandingkan kepentingan LSM dan korporat.

6.3. Mengembangkan Konsep Dasar CSRD Berbasis *Shari'ah Enterprise Theory*

Ketika penulis ingin menyusun suatu bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial maka secara otomatis penulis harus membicarakan terlebih dahulu mengenai tanggung jawab sosial itu sendiri. Hal ini disebabkan pengungkapan yang akan dilakukan tidak dapat terlepas dari pelaksanaan tanggung jawab sosial itu sendiri. Apa yang akan diungkapkan adalah apa yang telah atau belum dilakukan berkaitan dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial. Itulah mengapa pada bagian terdahulu, penulis lebih banyak bicara mengenai keberadaan dan pelaksanaan tanggung jawab sosial.

Membangun suatu konsep dasar teoretis pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan langkah¹ yang perlu dilakukan sebelum penulis sampai pada pengembangan tema¹¹ item pengungkapan tanggung jawab sosial bagi bank Islam. *Shari'ah Enterprise Theory* merupakan hasil dari suatu refleksi diri yang tidak hanya didasari oleh kepentingan rasio semata, melainkan juga oleh nilai-nilai spiritual. *Shari'ah Enterprise Theory* merupakan teori yang telah mendapat pencerahan serta memiliki nilai-nilai ketuhanan. *Shari'ah Enterprise Theory* sebagaimana dipahami melalui kacamata Habermas merupakan suatu *social integration* yang berawal dari adanya kepentingan emansipatoris untuk membebaskan *knowledge* yang selalu terperangkap dalam dunia material menjadi suatu *knowledge* yang juga mempertimbangkan aspek nonmaterial dalam hal ini spiritual atau nilai-nilai Ilahi. Pada bagian ini penulis berupaya untuk menerjemahkan karakteristik yang melekat pada *Shari'ah Enterprise Theory* menjadi konsep dasar pengungkapan tanggung jawab sosial bagi bank Islam.

6.3.1. Legitimasi Allah menjadi Tujuan

Lebih jauh *Shari'ah Enterprise Theory*, seperti dikatakan Triyuwono (2006) menjelaskan bahwa 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 (Q.S. 3: 189). Manusia adalah hamba yang diberi kepercayaan untuk mengelola sumber daya dengan sebaik-baiknya (Q.S. 2:30). Sebagai pemilik tunggal atas semua sumber daya yang ada, maka sudah semestinya jika Allah berhak meminta pertanggungjawaban manusia atas apa yang telah dilakukannya dengan sumber daya tersebut. Hubungan ini mirip dengan hubungan *principal-agent* dalam teori agensi. Hubungan ini seperti dikatakan Abdurrachman dan Ludigdo (2004) memberi konsekuensi manajemen yang bertindak atas nama perusahaan dituntut melaksanakan kepentingan principal. Jika dalam hubungan *principal-agent* dalam perusahaan sering terjadi konflik kepentingan dikarenakan masing-masing pihak berusaha untuk memaksimalkan keuntungannya, maka tidak demikian halnya dengan hubungan *principal-agent* antara Tuhan dan manusia. Dalam hubungan antara Tuhan-manusia, Tuhan tidak punya kepentingan apapun atas apa yang dikerjakan oleh manusia. Ini jelas dinyatakan Allah dalam Q.S. Al Isra' ayat 7: "Jika kamu berbuat baik berarti kamu berbuat baik untuk dirimu sendiri. Dan jika kamu berbuat jahat, maka kerugian itu untuk dirimu sendiri".

Tetapi, manusia jelas sangat punya kepentingan terhadap Tuhan. Mengelola semua sumber daya sesuai apa yang dianjurkan Tuhan adalah untuk kepentingan manusia itu sendiri, dan karenanya manusia dimintai pertanggungjawaban oleh Tuhan. Memahami bahwa Allah adalah pemilik tunggal dari seluruh sumber daya akan mendorong manusia untuk berupaya mendapatkan keridaan dari Allah (*mardhatillah*).

Jika dalam pandangan teori legitimasi dan teori *stakeholders* pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan upaya untuk mendapatkan legitimasi dari pihak-pihak yang paling berperan dengan kelangsungan hidup perusahaan seperti dikatakan Dowling dan Peffer (1975), Ulmann (1985) dan Degan (2000) maka dengan menggunakan *Shari'ah Enterprise Theory* pengungkapan tanggung jawab sosial akan punya cara pandang berbeda. Dengan menggunakan *Shari'ah Enterprise Theory* sebagai cara pandang, maka pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan

keridaan atau dalam hal ini dapat disebut sebagai legitimasi dari yang Maha Tinggi, satu-satunya *stakeholders* yang punya peranan paling istimewa. Legitimasi ini diperlukan oleh manusia untuk mendapatkan pengakuan dari Tuhan, bahwa sumber daya yang dipercayakan kepada manusia telah digunakan sesuai dengan tujuan penciptaannya.

Karena pertanggungjawaban adalah mutlak adanya, setiap manusia akan dimintai pertanggungjawaban atas apa yang telah dilakukannya, maka demikian pula halnya dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Pengungkapan tanggung jawab sosial bukan lagi suatu kegiatan sukarela seperti yang selama ini didoktrin dalam akuntansi modern (Davis, 1973 atau Mathew, 1993) melainkan merupakan suatu kewajiban yang menunjukkan tanggung jawab terhadap *stakeholders*. Sebagai suatu kewajiban maka pengungkapan tanggung jawab sosial menjadi sesuatu yang harus ada.

6.3.2. Menebar Kesejahteraan

Sumber daya yang dimiliki oleh para *stakeholders* pada dasarnya adalah amanah dari Allah yang di dalamnya melekat tanggung jawab untuk menggunakan dengan cara dan tujuan yang ditetapkan oleh Sang Pemberi Amanah. Amanah menurut Triyuwono (2006: 18) adalah:

“Sesuatu yang dipercayakan kepada orang lain untuk digunakan sebagaimana mestinya sesuai dengan keinginan yang mengamanahkan. Ini artinya bahwa pihak yang mendapat amanah tidak memiliki hak penguasaan sepenuhnya mutlak atas apa yang diamanahkan. Ia memiliki kewajiban untuk memelihara kewajiban tersebut dengan baik dan memanfaatkannya sesuai dengan yang dikehendaki oleh pemberi amanah”

Apa yang dikehendaki Allah atas semua sumber daya yang diamanahkan adalah menjadikan sumber daya ini menjadi *rahmatan lil alamin*. Menjadi *rahmatan lil alamin* bermakna semua sumber daya yang dipercayakan kepada manusia digunakan sebaik-baiknya untuk kebaikan semua makhluk yang ada di alam ini. Ghani (2005: 48) menyatakan bahwa dengan mengemban misi sebagai *rahmatan lil*

alamin bermakna bahwa manusia harus memberi keselamatan kepada seluruh manusia tanpa melihat kedudukan, warna kulit, agama dan kepercayaannya. Manusia memiliki kewajiban terhadap yang lain menyeru kepada kebaikan dan mencegah terjadinya kemungkar. Hal yang sama juga berlaku dalam hubungan manusia dengan alam.

Triwono (2006) menjelaskan bahwa dalam pandangan *Shari'ah Enterprise Theory*, distribusi kekayaan (*wealth*) atau nilai tambah (*value added*) tidak hanya berlaku pada para partisipan yang terkait langsung dalam atau partisipan yang memberikan kontribusi kepada operasi perusahaan seperti: pemegang saham, kreditor, karyawan dan pemerintah, tetapi pihak yang tidak terkait langsung dengan bisnis yang dilakukan perusahaan atau pihak yang tidak memberikan kontribusi keuangan dan *skill*. Pemikiran ini dilandasi premis yang mengatakan bahwa manusia itu adalah *khalifatullah fil ardh* yang membawa misi menciptakan dan mendistribusikan kesejahteraan bagi seluruh manusia dan alam. Premis ini mendorong *Shari'ah Enterprise Theory* untuk mewujudkan nilai keadilan terhadap manusia dan lingkungan alam.

Dalam teori dan konsep tanggung jawab sosial modern pun sebetulnya disadari bahwa tanggung jawab sosial tidak hanya ada terhadap manusia melainkan juga terhadap alam. Ini antara lain dapat kita lihat dari konsep *Triple Bottom Line*-nya Elkington (1997), yang menyatakan bahwa jika perusahaan ingin sustain, maka perusahaan perlu memperhatikan 3P yaitu *profit*, *people* dan *planet* (Wibisono, 2007:6). Konsep ini yang selanjutnya diterjemahkan oleh GRI dalam bentuk dan tema laporan *sustainability*. GRI seperti dijelaskan Sulaiman dan Willett (2003) menekankan pada indikator ekonomi, lingkungan dan sosial baik kualitatif maupun kuantitatif. Namun dalam perspektif Islam indikator yang diajukan oleh GRI perlu mendapat tambahan seperti informasi zakat serta apakah perusahaan melakukan praktik monopoli atau tidak sebagaimana diajukan oleh Sulaiman dan Willett (2003) serta Haniffa dan Hudaib (2004).

Konsep kedua yang dapat diturunkan dengan menggunakan *Shari'ah Enterprise Theory* sebagai basis teoretis adalah bahwa

pengungkapan tanggung jawab sosial harus mampu menunjukkan kesejahteraan yang telah ditebarkan oleh perusahaan terhadap semua *stakeholders*-nya. Tidak boleh ada pemusatan kepentingan pada sekelompok *stakeholders* yang mengakibatkan tersingkirnya kepentingan *stakeholders* yang lain sebagaimana dianut oleh teori *Stakeholders*. Dalam *Shari'ah Enterprise Theory* *stakeholders* terdiri dari *direct stakeholders* dan *indirect stakeholders*. *Direct stakeholders* adalah pihak-pihak yang secara langsung memberikan kontribusi pada perusahaan baik dalam bentuk kontribusi keuangan maupun nonkeuangan. Adapun *indirect stakeholders* adalah pihak yang sama sekali tidak memberikan kontribusi kepada perusahaan baik keuangan maupun nonkeuangan, tetapi secara syariah mereka adalah pihak yang berhak untuk mendapatkan kesejahteraan dari perusahaan. Golongan *stakeholders* terakhir dari *Shari'ah Enterprise Theory* adalah alam. Alam adalah pihak yang memberikan kontribusi bagi kelangsungan hidup perusahaan. Oleh sebab itu menurut Triyuwono sudah sepatutnya perusahaan mendistribusikan kesejahteraan kepada alam dalam wujud kepedulian terhadap kelestarian alam, pencegahan pencemaran dan lain sebagainya.

6.3.3. Kepentingan Terbaik bagi Semua

Dengan premisnya yang menyatakan bahwa manusia itu adalah *Khalifatullah fil ardh* yang membawa misi menciptakan dan mendistribusikan kesejahteraan bagi seluruh manusia dan alam, maka hal ini mendorong *Shari'ah Enterprise Theory* untuk mewujudkan nilai keadilan terhadap manusia dan lingkungan alam. Oleh karena itu *Shari'ah Enterprise Theory* akan membawa kemaslahatan bagi seluruh *stakeholders* tanpa meninggalkan kewajiban penting menunaikan zakat sebagai manifestasi ibadah kepada Allah (Slamet, 2001 dalam Triyuwono, 2006:353). Sulaiman dan Willett (2003) mengatakan bahwa praktik pengungkapan seharusnya berdasarkan pada apa yang terbaik bagi masyarakat. Kemaslahatan akan menjadi dasar pertimbangan bank dalam menjalankan setiap aktivitas bisnisnya

termasuk dalam hal tanggung jawab sosial sehingga eksternalitas akan dapat dihindari.

Eksternalitas (*externality*) menurut pakar ekonomi Milton Friedman merupakan akibat dari adanya transaksi yang dialami oleh pihak ketiga yang tidak terlibat atau tidak memainkan peran apapun dalam pelaksanaan transaksi tersebut (Bakan, 2004: 52). Eksternalitas dalam hal ini dapat dialami oleh pekerja, nasabah, masyarakat dan lingkungan. Yang lebih sering terjadi dalam dunia bisnis adalah kerusakan rutin dan terus menerus yang dialami oleh kelompok tersebut sebagai akibat dari kecenderungan psikopati yang melekat pada perusahaan. Hal-hal semacam ini cenderung dianggap sebagai konsekuensi tak terelakkan yang harus diterima dari aktivitas perusahaan. Namun, dalam pandangan Islam eksternalitas merupakan bentuk kezaliman yang harus dihindari karena sebagian kelompok harus menanggung akibat-akibat yang hampir selalu negatif dari suatu transaksi yang memberikan keuntungan bagi kelompok tertentu saja.

Tetapi dengan adanya prinsip *maslaha* maka eksternalitas akan terhindarkan, karena setiap keputusan bisnis harus mempertimbangkan *maslaha* dalam tataran urutan, seperti dinyatakan Al Shatibi, yaitu *essentials (daruriyyat)*, *complementary (hajiyyat)* dan *embellishment (tahsiniyyat)* (Kamali,1989). Konsekuensinya dalam praktik pengungkapan tanggung jawab sosial, bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial akan dilakukan dengan dasar kepentingan terbaik bagi seluruh *stakeholders*. Sebagai contoh bank tidak akan mengungkapkan informasi mengenai sumbangan kepada masyarakat (*tahsiniyyat*) sebelum mengungkapkan apakah lingkungan dan kepentingan masyarakat dijadikan pertimbangan dalam memberikan pembiayaan. Jika tidak maka pengungkapan tanggung jawab sosial akan kehilangan hakikatnya dan akan terjadi pemutarbalikan kepentingan yang akan merusak tatanan yang semestinya.

6.3.4. Menyardingkan Material-Spiritual dan Kualitatif-Kuantitatif

Konsep terakhir yang diturunkan berdasarkan *Shari'ah Enterprise Theory* berkaitan dengan karakter keseimbangan yang dimiliki oleh *Shari'ah Enterprise Theory*. *Shari'ah Enterprise Theory* seperti dijelaskan Triyuwono (2007) memiliki karakter keseimbangan yang menyeimbangkan nilai egoistik dengan nilai altruistik serta nilai material dengan nilai spiritual. Berdasarkan karakter keseimbangan ini, maka informasi yang diungkapkan dalam kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan seharusnya tidak hanya mengungkapkan informasi material semata, melainkan juga informasi yang berkaitan dengan hal-hal spiritual. Pentingnya keseimbangan material dan spiritual ini dinyatakan juga oleh Al Shaibani (1997) bahwa dalam Islam, bisnis tidak hanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan material semata melainkan juga untuk memenuhi kewajiban terhadap agama dan mencapai tujuan-tujuan nonmaterial (Muwazir dan Muhammad, 2006:5).

Berdasarkan karakter keseimbangan ini dapat dikatakan bahwa informasi yang diungkapkan seharusnya tidak hanya dalam bentuk naratif, kualitatif artinya informasi kuantitatif juga tetap diperlukan. Sebagai contoh jika bank mengungkapkan perhatiannya terhadap sektor UMKM, maka bentuk perhatian berupa nilai pembiayaan harus diungkapkan dengan jelas. Begitu juga jika bank mengungkapkan perhatian terhadap lingkungan, maka informasi ini harus dilengkapi dengan data kuantitatif seperti berapa banyak dana yang telah dikeluarkan dan manfaat apa yang diperoleh.

Dengan melihat karakteristik-karakteristik yang diuraikan di atas, maka jelas terdapat perbedaan yang sangat mendasar antara konsep pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibangun dengan menggunakan *Shari'ah Enterprise Theory* dengan konsep pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan pada teori kapitalis seperti teori legitimasi dan *stakeholders*. Perbedaan ini diringkaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 6.3. Perbedaan Konsep Teoretis Pengungkapan CSR

Konsep	Berdasarkan <i>Shari'ah Enterprise Theory</i>	Berdasarkan Teori Legitimasi dan <i>Stakeholders</i>
Tujuan	Legitimasi Tuhan	Legitimasi <i>stakeholders</i> yang paling penting
Sifat	<i>Normative mandatory</i>	<i>Voluntary</i>
<i>Stakeholders</i>	<i>Direct stakeholders</i> <i>Indirect stakeholders</i> Alam	- Manusia - Alam
Prioritas CSR	Kemaslahatan - <i>Daruriyyat</i> - <i>Hajjiyyat</i> - <i>Tahsiyya</i>	<i>Profit</i> dan <i>Power</i> - Ekonomi - Legal - Etika - <i>Philanthropy</i>
Informasi	Material spiritual Kualitatif kuantitatif	Material Kualitatif kuantitatif

Perbedaan konsep pengungkapan tanggung jawab sosial dengan menggunakan cara pandang *Shari'ah Enterprise Theory* dan cara pandang modern yang didasari teori Legitimasi dan *Stakeholders* dapat dilihat dalam tabel di atas. Berdasarkan konsep teoretis pengungkapan tanggung jawab sosial maka karakteristik dari laporan pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) bagi bank Islam dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan bentuk akuntabilitas manusia terhadap Tuhan dan karenanya ditujukan untuk mendapatkan keridaan (legitimasi) dari Tuhan sebagai tujuan utama. Hal ini bermakna bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial bukan ditujukan untuk membangun citra perusahaan. Sebagai konsekuensinya informasi yang diungkapkan bukan hanya informasi yang menunjang nama baik perusahaan saja. Semua informasi baik positif maupun negatif selama ada hubungannya dengan pemenuhan tanggung jawab sosial harus diungkapkan. Pengungkapan ini dilakukan berdasarkan prinsip *maslaha*.
2. Pengungkapan tanggung jawab sosial harus memiliki tujuan sebagai sarana pemberian informasi kepada seluruh

stakeholders (*direct, indirect*, dan alam) berkaitan dengan seberapa jauh institusi tersebut telah memenuhi kewajiban terhadap seluruh *stakeholders*. Hal ini sebagai bagian dari upaya untuk memenuhi akuntabilitas terhadap manusia.

3. Keberadaan pengungkapan tanggung jawab sosial adalah wajib (*mandatory*), dipandang dari fungsi bank Islam sebagai salah satu instrumen untuk mewujudkan tujuan syariah. Laporan CSR akan menjadi laporan yang akan melengkapi kepentingan para *stakeholders* yang selama ini terabaikan dalam sistem akuntansi modern.
4. Pengungkapan tanggung jawab sosial harus memuat dimensi material maupun spiritual berkaitan dengan kepentingan para *stakeholders*. Pertimbangan kepentingan masyarakat (*maslaha*) akan menjadi dasar pengungkapan.
5. Pengungkapan tanggung jawab sosial harus berisikan tidak hanya informasi yang bersifat kualitatif melainkan juga informasi kuantitatif. Hal ini berguna untuk memberi gambaran yang lebih menyeluruh kepada *stakeholders* mengenai praktik CSR yang telah dijalankan oleh bank. Jika informasi kualitatif berupa narasi dan deskriptif, maka informasi kuantitatif dapat berupa informasi moneter dan nonmoneter.

Dari kelima konsep dasar tersebut dapat dikatakan bahwa karakteristik pertama dan ketiga berkaitan dengan tujuan dan sifat dari keberadaan pengungkapan tanggung jawab sosial. Adapun karakteristik kedua dan keempat merupakan panduan dalam menurunkan tema dan *item* pengungkapan, sedangkan karakteristik kelima berkaitan dengan pedoman prioritas pengungkapan. Secara ringkas dapat dikatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial bagi bank Islam adalah pengungkapan semua informasi yang berhubungan dengan pemenuhan kewajiban bank terhadap semua *stakeholders* dengan tujuan mendapatkan keridaan (*legitimasi*) dari Allah.

6.4. Merangkai Tema dan *Item* Pengungkapan 1

Langkah terakhir proses ekstensi adalah merangkai tema dan *item* pengungkapan tanggung jawab sosial bagi bank Islam. Ekstensi dalam hal ini bukanlah suatu upaya untuk merombak dan mengganti secara total suatu konsep yang sudah ada, tetapi lebih bertujuan untuk memperluas dan memunculkan sisi lain yang selama ini terpinggirkan sehingga menjadi sesuatu yang diperhitungkan dan diletakkan pada tempatnya. Sisi yang terpinggirkan dalam konsep dan praktik pengungkapan tanggung jawab sosial bank Islam adalah sebagian dari nilai-nilai Islam itu sendiri.

Laporan bagi suatu perusahaan yang berbasis Islam dikatakan oleh Sulaiman dan Willett (2003) seharusnya menunjukkan bagaimana individu melaksanakan tugas yang telah diberikan Tuhan. Menurut Baydoun dan Willett (2000) prinsip *full disclosure* dan *social accountability* merupakan dua prinsip penting yang mendasari konsep pertanggungjawaban dalam Islam. Banyaknya penekanan atas keadilan dan kesejahteraan masyarakat dalam Islam sebenarnya telah menunjukkan bahwa akuntansi pertanggungjawaban sosial dan pelaporan isu-isu lingkungan dan eksternalitas seharusnya diungkapkan dan menjadi bagian dari kerangka laporan perusahaan yang berdasarkan Islam (Sulaiman dan Willett, 2003). Pengungkapan tanggung jawab sosial seperti ditekankan oleh Askary dan Clarke (1997) mempunyai posisi strategis dalam budaya bisnis Islam yang menekankan pada pengungkapan kebenaran (informasi keuangan dan nonkeuangan) dan melarang menyembunyikan informasi ini dari *stakeholders*.

Penelusuran atas pemikiran mengenai konsep tanggung jawab sosial terdahulu pada bab IV antara lain: The Corporate Report (1975), Cheng (1976), The Bilan Social (1979), Jackman (1992), Gray *et al.* (1996), Carrol (1991), Raar (2002), GRI (2006), Sulaiman dan Willett (2003), Hameed *et al.* (2004), Maali *et al.* (2003) serta Hanifa dan Hudaib (2004) menunjukkan bahwa upaya untuk membangun suatu bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap pihak yang lebih luas telah dilakukan oleh para penulis terdahulu. Selain itu

upaya untuk merangkul dimensi spiritual juga telah dilakukan oleh para penulis seperti Sulaiman dan Willett (2003); Hameed *et al.* (2004); Maali *et al.* (2003) serta Hanifa dan Hudaib (2004). Namun demikian sebagai akibat dari nilai materialis yang dianut oleh teori legitimasi dan *stakeholders* pengungkapan tanggung jawab sosial hanya menjadi alat untuk melegalkan upaya mendapatkan profit maksimum bagi pemilik. Sesuatu yang penting dalam proses ekstensi ini adalah mengubah konsep pengungkapan tanggung jawab sosial sehingga sesuai dengan tujuan ekonomi syariah agar dapat digunakan oleh institusi yang mengedepankan nilai-nilai syariah. Tema dan *item* pengungkapan sebelumnya yang sesuai dengan karakteristik yang telah diuraikan di atas tetap dapat digunakan dalam merangkai tema dan *item* yang baru.

Berdasarkan pada konsep pengungkapan tanggung jawab sosial yang telah dikembangkan sebelumnya dengan menggunakan *Shari'ah Enterprise Theory* dan hasil analisis atas "*interest*" para *stakeholders*, seperti telah diuraikan pada bagian terdahulu maka dapat dikatakan bahwa *item-item* pengungkapan tanggung jawab sosial harus menunjukkan:

1. upaya memenuhi akuntabilitas vertikal terhadap Tuhan dan akuntabilitas horizontal terhadap *direct* dan *indirect stakeholders* serta alam,
2. upaya memenuhi kebutuhan material dan spiritual seluruh *stakeholders*, sebagai bagian dari upaya untuk memenuhi konsep keseimbangan,
3. informasi kualitatif dan kuantitatif sebagai upaya untuk memberikan informasi yang lengkap dan menyeluruh, serta
4. dilakukan berdasarkan pada prinsip *maslaha*.

Berdasarkan hal tersebut di atas maka disusunlah bentuk pengungkapan berikut ini guna memberikan gambaran yang menyeluruh atas konsep dan karakteristik pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan *Shari'ah Enterprise Theory*.

6

Tabel 6.4. *Item-Item* Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Akuntabilitas terhadap Tuhan dan *Direct Stakeholders*)

Dimensi	Item yang diungkapkan	Nilai	Prioritas	Jenis
Akuntabilitas Vertikal				
Tuhan	1. Opini Dewan Pengawas Syariah*	<i>Rahmatan lil alamin</i>	D	Kualitatif
	2. Mengungkapkan fatwa dan aspek operasional yang dipatuhi dan tidak dipatuhi beserta alasannya.	<i>Rahmatan lil alamin</i>	D	Kualitatif
Akuntabilitas Horizontal: <i>Direct Stakeholders</i>				
Nasabah	1. Kualifikasi dan pengalaman anggota DPS*	<i>Rahmatan lil alamin</i>	D	Kualitatif
	2. Kegiatan yang dilakukan oleh anggota DPS*	<i>Rahmatan lil alamin</i>	D	Kualitatif
	3. Renumerasi bagi anggota DPS*	<i>Rahmatan lil alamin</i>	D	Kuantitatif
	4. Ada atau tidak Transaksi/sumber pendapatan/biaya yang tidak sesuai syariah.	<i>Rahmatan lil alamin</i>	D	Kualitatif
	5. Jumlah transaksi yang tidak sesuai syariah.	<i>Rahmatan lil alamin</i>	D	Kuantitatif
	6. Alasan adanya transaksi tersebut.	<i>Rahmatan lil alamin</i>	H	Kualitatif
	7. Informasi produk dan konsep syariah yang mendasarinya*	<i>Rahmatan lil alamin</i>	H	Kualitatif
	8. Laporan dana zakat dan <i>qardhul hasan</i> *	<i>Rahmatan lil alamin</i>	D	Kuantitatif
	9. Audit atas laporan zakat dan <i>qardhul hasan</i> *	Berbagi Berbagi	D	Kualitatif
	10. Penjelasan atas sumber dan penggunaan dana zakat*	Berbagi	D	Kualitatif
Akuntabilitas Horizontal: <i>Direct Stakeholders</i>				
Nasabah	1. Penjelasan atas sumber dan penggunaan dana <i>qardhul hasan</i> .*	Berbagi	H	Kualitatif
	2. Menjelaskan penerima dana <i>qardhul hasan</i> .	Berbagi	H	Kualitatif
	3. Kebijakan untuk mengurangi transaksi nonsyariah	Berbagi	D	Kualitatif
	4. Jumlah pembiayaan dengan skema PLS	Berbagi	D	Kuantitatif

Dimensi	Item yang diungkapkan	Nilai	Prioritas	Jenis
	5. Persentase pembiayaan PLS dibandingkan pembiayaan lain.	Berbagi	H	Kuantitatif
	6. Kebijakan untuk memperbesar porsi PLS di masa mendatang.	Berbagi	D	Kualitatif
	7. Alasan atas no 14.	Berbagi	H	Kualitatif
Karyawan	1. Kebijakan upah dan renumerasi*	Berbagi	D	Kuantitatif
	2. Mengungkapkan kebijakan nondiskriminasi yang diterapkan terhadap karyawan dalam hal upah, training, kesempatan meningkatkan karier.	Berbagi	D	Kualitatif
	3. Pemberian pelatihan dan pendidikan kepada karyawan*	Berbagi	D	Kuantitatif
	4. Data jumlah pegawai berdasarkan gender, pekerjaan dan pendidikan termasuk pekerja kontrak*	Berbagi	H	Kuantitatif
	5. Banyaknya pelatihan dan pendidikan yang diberikan kepada karyawan*	Berbagi	H	Kuantitatif
	6. Penghargaan kepada karyawan*	Berbagi	T	Kualitatif
	7. Adakah pelatihan yang berkaitan dengan peningkatan kualitas spiritual karyawan	Berbagi	D	Kualitatif/Kuantitatif
	8. Upaya untuk meningkatkan kualitas spiritual keluarga karyawan	Berbagi	D	Kualitatif
	9. Ketersediaan layanan kesehatan dan konseling bagi karyawan dan keluarganya.	Berbagi	H	Kualitatif
	10. Fasilitas lain yang diberikan kepada karyawan dan keluarga seperti beasiswa atau pembiayaan khusus*	Berbagi	T	Kuantitatif

Tabel 6.4 menunjukkan *item-item* pengungkapan tanggung jawab sosial dalam rangka memenuhi akuntabilitas vertikal terhadap

Tuhan dan akuntabilitas horizontal terhadap *direct stakeholders* sebagaimana dikehendaki dalam *Shari'ah Enterprise Theory*. Adapun tabel 6.5 menunjukkan *item-item* pengungkapan tanggung jawab sosial guna memenuhi akuntabilitas horizontal terhadap *indirect stakeholders* dan alam.

Tabel 6.5. *Item-item* Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Akuntabilitas terhadap *Indirect Stakeholders* dan Alam)

Dimensi	Item yang diungkapkan	Nilai	Prioritas	Jenis
Akuntabilitas Horizontal: <i>Indirect Stakeholders</i>				
Komunitas	1. Inisiatif yang dilakukan untuk meningkatkan akses masyarakat luas atas jasa keuangan bank Islam.	<i>Rahmatan lil alamin</i>	D	Kualitatif
	2. Adakah kebijakan pembiayaan yang mempertimbangkan isu-isu diskriminasi dan HAM. (misal: tidak membiayai perusahaan atau usaha yang mempekerjakan anak di bawah umur)	<i>Rahmatan lil alamin</i>	D	Kualitatif
	3. Adakah kebijakan pembiayaan yang mempertimbangkan kepentingan masyarakat banyak. (misalnya: tidak mengusur rakyat kecil, tidak membojori, pemarginalan)	<i>Rahmatan lil alamin</i>	D	Kualitatif
	4. Usaha-usaha untuk mendorong perkembangan UMKM*	<i>Rahmatan lil alamin</i>	D	Kualitatif
	5. Jumlah pembiayaan yang diberikan terhadap UMKM*	<i>Rahmatan lil alamin</i>	H	Kuantitatif
	6. Jumlah dan persentase pembiayaan yang diberikan kepada kelompok UMKM dibandingkan pembia-	<i>Rahmatan lil alamin</i>	H	Kuantitatif

2

Dimensi	Item yang diungkapkan	Nilai	Prioritas	Jenis
	6. yaan korporat dan sindikasi.			
	7. Kontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat di bidang agama, pendidikan, kesehatan*	Rahmatan lil alamin	D	Kualitatif
	8. Jumlah kontribusi yang diberikan dan sumbernya.	Rahmatan lil alamin	T	Kuantitatif
	9. Sumbangan/sedekah untuk membantu kelompok masyarakat yang mendapat bencana*	Rahmatan lil alamin	T	Kuantitatif
Akuntabilitas Horizontal: Alam				
Alam	1. Kebijakan pembiayaan yang mempertimbangkan isu-isu lingkungan seperti hemat energi, kerusakan hutan, pencemaran air dan udara.	Rahmatan lil alamin	D	Kualitatif
	2. Mengungkapkan jika ada pembiayaan yang diberikan kepada usaha-usaha yang berpotensi merusak lingkungan seperti perkebunan, kehutanan dan pertambangan.	Rahmatan lil alamin	D	Kualitatif
	3. Jumlah pembiayaan kepada usaha-usaha yang berpotensi merusak lingkungan seperti perkebunan, kehutanan dan pertambangan.	Rahmatan lil alamin	D	Kuantitatif
	4. Alasan melakukan pembiayaan tersebut.	Rahmatan lil alamin	H	Kualitatif
	5. Meningkatkan kesadaran lingkungan pada pegawai dengan pelatihan.	Rahmatan lil alamin	H	Kualitatif
	6. Kebijakan internal bank yang mendukung	Rahmatan lil alamin	H	Kualitatif/Kuantitatif

2

Dimensi	Item yang diungkapkan	Nilai	Prioritas	Jenis
	program hemat energi dan konservasi*			
	7. Kontribusi terhadap organisasi yang memberikan manfaat terhadap pelestarian lingkungan*	<i>Rahmatan lil alamin</i>	T	Kualitatif/ Kuantitatif
	8. Kontribusi langsung terhadap lingkungan (menanam pohon dsb.)	<i>Rahmatan lil alamin</i>	T	Kualitatif
	9. Kebijakan selain di atas yang dilakukan oleh bank Islam.	<i>Rahmatan lil alamin</i>	D/H/T	Kualitatif/ Kuantitatif

Keterangan Tabel:

D = *Daruriyyat* (Sangat penting),

H = *Hajiyyat* (Pelengkap)

T = *Tahsiniyyat* (Hiasan)

* merupakan *item* yang sudah pernah dibahas penulis sebelumnya

Sesuai dengan tujuan penulisan untuk melakukan ekstensi atas pengungkapan tanggung jawab sosial yang telah ada maka *item-item* pengungkapan yang disusun di atas sebagian berasal dari pemikiran para penulis sebelumnya dianggap punya keterikatan kuat dengan apa yang dikembangkan dalam tulisan ini. Adapun prioritas pengungkapan disusun berdasarkan level *maslaha*. Prioritas pengungkapan ini bermakna bahwa bank tidak seharusnya mengungkapkan kegiatan pada level *tahsiniyyat* sebelum mengungkapkan kegiatan pada level *daruriyyat* dan *hajiyyat*.

Mengamati tabel dan kelompok *item-item* di atas, dapat dikatakan bahwa pada kelompok nasabah dan karyawan kebanyakan *item* berasal dari penulis terdahulu, sementara pada kelompok komunitas dan alam hampir semua *item* merupakan *item* baru. Hal ini menunjukkan bahwa memang selama ini perhatian terutama terhadap kelompok *indirect stakeholders* masih terabaikan.

Pada dasarnya *item-item* pengungkapan di atas memiliki dimensi spiritual. Hal ini dikarenakan keberadaan prinsip

menunjukkan bahwa manusia menyadari adanya keterikatan antara makhluk dan Khalik yang merupakan sumber nilai spiritual seperti pernah dijelaskan oleh Ghani (2005). Namun demikian, dapat dikatakan bahwa *item-item* pengungkapan di atas sebagian berkaitan dengan upaya untuk memenuhi kebutuhan material *stakeholders* dan sebagian lagi guna memenuhi kebutuhan spiritual *stakeholders*.

Selain itu apa yang dihasilkan dalam tulisan ini sangat sesuai dengan visi Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia yang dinyatakan dalam Laporan Perkembangan Perbankan Syariah (2008) yaitu “terwujudnya sistem perbankan syariah yang sehat, kuat, dan istikamah terhadap prinsip syariah dalam kerangka keadilan, kemaslahatan, dan keseimbangan guna mencapai masyarakat yang sejahtera secara material dan spiritual (*falah*)”.

6.5. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Berbasiskan Fitrah

Seperti telah banyak dibahas pada bab sebelumnya, praktik pengungkapan tanggung jawab sosial yang umumnya berlangsung di banyak perusahaan selama ini merupakan praktik yang didasari oleh teori legitimasi dan teori *stakeholders*. Kedua teori ini merupakan teori yang memiliki keterikatan yang sangat kuat dengan kepentingan pemilik. Pertimbangan keuntungan dan kesejahteraan pemilik merupakan dasar utama yang menjadi pertimbangan dalam semua aktivitas perusahaan. Sebagai akibatnya, praktik tanggung jawab sosial termasuk pengungkapan tanggung jawab sosial hanya menjadi strategi guna mencapai tujuan pemilik. Tanggung jawab sosial seperti pernah dikatakan oleh Freedman (1970) hanya dibenarkan selama hal itu mendukung usaha perusahaan untuk memaksimalkan keuntungan pemilik.

Berbeda dengan konsep yang dianut dalam teori legitimasi dan *stakeholders*, konsep yang diajukan dalam tulisan ini berangkat dari kesadaran fitrah bahwa manusia adalah makhluk yang hanya diberi amanah untuk mengelola sumber-sumber daya yang telah disediakan oleh Sang Pencipta. Kepemilikan mutlak berada di tangan pemberi amanah. Oleh karena itu, manusia wajib mengelola sumber-sumber

yang sementara dimilikinya dengan cara-cara yang telah ditentukan oleh pemberi amanah.

Shariah Enterprise Theory yang digunakan dalam tulisan ini sebagai dasar untuk menurunkan konsep pengungkapan tanggung jawab sosial bagi bank Islam merupakan teori yang lahir dari kesadaran fitrah manusia sebagai makhluk yang berkeinginan untuk menyelaraskan fungsinya dengan tugas yang diembannya sebagai *khalifatul fil ardh*, sedangkan nilai-nilai yang disampaikan yaitu *rahmatan lil alamin*, berbagi, dan *maslaha* juga merupakan nilai-nilai yang muncul dari kesadaran fitrah manusia sebagai makhluk Tuhan di muka bumi yang mengemban tugas mulia untuk membuat bumi ini menjadi tempat yang penuh rahmat bagi semua makhluk-Nya. Nilai-nilai ini dikembangkan menjadi *item-item pengungkapan tanggung jawab sosial bagi bank Islam*.

Oleh sebab itu, apa yang ditawarkan dalam tulisan ini sesungguhnya merupakan suatu konsep yang sesuai dengan fitrah manusia sebagai makhluk Tuhan. *Item-item* yang dikembangkan dalam tulisan ini menunjukkan aplikasi dari nilai-nilai yang ada dalam diri manusia dan keberadaan nilai-nilai ini sesungguhnya sangat disadari oleh para pelaku bank Islam. Menjalani hidup sesuai dengan fitrahnya akan membuat manusia merasa tenang dan tenteram karena tidak melawan apa yang telah digariskan oleh yang Di atas. Konsep dan *item pengungkapan tanggung jawab sosial* yang dikembangkan dalam buku ini merupakan suatu bentuk kesadaran akan keberadaan manusia sebagai makhluk Tuhan. Oleh sebab itu, menerapkan pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) berbasis fitrah ini akan membantu menciptakan keharmonisan hubungan antara manusia dengan Tuhannya, manusia dengan manusia dan manusia dengan lingkungannya.

7.

PENUTUP

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan,
sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan
maka apabila engkau telah selesai dari suatu urusan,
tetaplah bekerja keras untuk urusan yang lain,
dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”
(Q.S. Al-Insyirah: 5-8)

Buku ini menawarkan suatu alternatif ² pengungkapan tanggung jawab sosial bagi bank Islam yang diturunkan berdasarkan teori yang lebih patut untuk digunakan dalam suatu sistem ekonomi Islam, yaitu *Shari'ah Enterprise Theory*. Buku ini juga bertujuan mengembangkan suatu bentuk pengungkapan tanggung jawab sosial yang dapat menunjukkan akuntabilitas manusia terhadap Tuhan dan akuntabilitas terhadap sesama makhluk Tuhan lainnya.

Buku ini ¹ berangkat dari keprihatinan penulis melihat praktik pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan khususnya bank Islam. Pada umumnya, praktik ini dilatarbelakangi oleh tujuan untuk meningkatkan keuntungan bagi pemilik. Sebagai akibatnya, pengungkapan tanggung jawab sosial hanya menjadi salah satu strategi bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Hal ini menyebabkan tersingkirnya kepentingan *stakeholders* di luar pemilik. Semua ini tidak lain disebabkan oleh dua teori utama yang biasa

digunakan dalam menjelaskan praktik pengungkapan tanggung jawab sosial, yaitu teori legitimasi dan teori *stakeholders*.

Dalam suatu perusahaan yang memang dijiwai oleh nilai-nilai kapitalis, menggunakan kedua teori ini tidak menjadi masalah. Namun, bagi suatu institusi yang didirikan dengan mengatasnamakan syariah, jelas hal ini menimbulkan pertanyaan. Institusi keuangan Islam didirikan dengan filosofi dan tujuan yang jelas berbeda dengan perusahaan konvensional. Oleh sebab itu, menggunakan teori-teori yang penuh dengan nilai kapitalis jelas tidak boleh dibiarkan terjadi lebih lama lagi dalam institusi keuangan Islam.

Shari'ah Enterprise Theory merupakan teori yang telah diinternalisasi dengan nilai-nilai spiritual. Berdasarkan *Shari'ah Enterprise Theory*, manusia harus bertanggung jawab terhadap Tuhan dan terhadap manusia. Dengan menggunakan *Shari'ah Enterprise Theory* sebagai teori dasar dalam mengembangkan konsep pengungkapan tanggung jawab sosial maka buku ini mengajukan konsep-konsep berikut: pertama, pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan bentuk akuntabilitas manusia terhadap Tuhan dan karenanya ditujukan untuk mendapatkan keridaan (legitimasi) dari Tuhan sebagai tujuan utama. Hal ini bermakna bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial bukan ditujukan untuk membangun citra perusahaan. Sebagai konsekuensinya, informasi yang diungkapkan seharusnya bukan hanya informasi yang mendukung nama baik perusahaan saja. Semua informasi baik positif maupun negatif selama ada hubungannya dengan pemenuhan tanggung jawab sosial harus diungkapkan oleh perusahaan. Pengungkapan ini harus dilakukan berdasarkan prinsip *maslaha*. Kedua, pengungkapan tanggung jawab sosial memiliki tujuan sebagai sarana pemberian informasi kepada seluruh *stakeholders* (*direct*, *indirect*, dan alam) mengenai seberapa jauh institusi tersebut telah memenuhi kewajiban terhadap seluruh *stakeholders*. Hal ini sebagai bagian dari upaya untuk memenuhi akuntabilitas terhadap manusia. Ketiga, pengungkapan tanggung jawab sosial adalah wajib (*mandatory*), dipandang dari fungsi bank Islam sebagai salah satu instrumen untuk mewujudkan tujuan syariah.

Keberadaan **pengungkapan tanggung jawab sosial** akan melengkapi laporan keuangan yang selama ini hanya berpihak pada kepentingan pemilik dengan memperhatikan *stakeholders* yang selama ini terabaikan dalam **2** sistem akuntansi modern.

Keempat, **pengungkapan tanggung jawab sosial memuat dimensi material dan spiritual berkaitan dengan kepentingan semua stakeholders**. Pertimbangan kepentingan masyarakat (*maslaha*) akan menjadi dasar pengungkapan. Kelima, pengungkapan tanggung jawab sosial berisikan tidak hanya informasi yang bersifat kualitatif, melainkan juga informasi yang bersifat kuantitatif. Hal ini berguna untuk memberi gambaran yang **1** menyeluruh kepada *stakeholders* mengenai praktik pengungkapan **tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh bank**. Jika informasi kualitatif berupa narasi dan deskriptif maka informasi kuantitatif dapat berupa informasi moneter dan nonmoneter.

Berdasarkan konsep pengungkapan tanggung jawab sosial yang telah dikembangkan sebelumnya dengan menggunakan *Shari'ah Enterprise Theory* dan hasil analisis atas kepentingan *stakeholders* di mana penulis menemukan prinsip-prinsip yang menunjukkan adanya nilai-nilai spiritual dalam diri *stakeholders* maka dapat dikatakan bahwa tema dan *item* pengungkapan tanggung jawab sosial hendaknya memenuhi karakteristik berikut ini:

1. Menunjukkan upaya memenuhi akuntabilitas vertikal terhadap Tuhan dan akuntabilitas horizontal terhadap *direct, indirect stakeholders*, dan alam.
2. Menunjukkan upaya memenuhi kebutuhan material dan spiritual seluruh *stakeholders* sebagai bagian dari upaya untuk memenuhi konsep keseimbangan.
3. Mengungkapkan informasi kualitatif dan kuantitatif sebagai upaya untuk memberikan informasi yang lengkap dan menyeluruh.
4. Dilakukan berdasarkan pada prinsip *maslaha*.

Selanjutnya, buku ini mengajukan *item-item* pengungkapan tanggung jawab sosial yang seharusnya diungkapkan oleh bank Islam.

Item-item ini terdiri dari dimensi yang menunjukkan adanya akuntabilitas terhadap Tuhan, terdiri dari dua *item*. Dimensi yang menunjukkan adanya akuntabilitas terhadap *direct stakeholders* yang terdiri dari nasabah 18 *item* dan karyawan 11 *item*. Akuntabilitas terhadap *indirect stakeholders*, yaitu masyarakat terdiri dari 10 *item*, sedangkan akuntabilitas terhadap alam sebanyak 9 *item*. Selain itu, *item-item* yang diajukan dalam buku ini juga menghendaki diungkapkannya tanggung jawab sosial baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Hal lain yang tidak kalah pentingnya yang diajukan dalam buku ini adalah dilakukannya pengungkapan berdasarkan pada prinsip *maslaha*.

REFERENSI

- Abdulhamid, M. 2005. *Islamic Banking*. Departement of Economics Carleton University Ottawa, Ontario.
- Abdurrachman, Yusuf dan Unti Ludigdo. 2004. Dekonstruksi Nilai-nilai Agency Theory dengan Nilai-nilai Syariah: Suatu Upaya Membangun Prinsip-Prinsip Akuntansi Bernafaskan Islam. *Prosiding Simposium Nasional Ekonomi Islami II*, PPBEI FE Universitas Brawijaya, Malang
- Adams, Carol., Hill W and Clare B. Roberts. 1998. Corporate Social Reporting Practices in Western Europe: Legitimizing Corporate Behavior?, *The Accounting Review*, 30: 121.
- Adnan, M Akhyar. 2002. *Akuntansi Shari'ah, Arah, Prospek dan Tantangannya*. UII press. Yogyakarta.
- Aggarwal, Rajesh K and Tarik Yousef. 2000. Islamic Banks and Investment Financing. *Journal of Money, Credit and Banking*. 32: 93-120.
- Agustian, Ary Ginanjar. 2001. *Emotional Spiritual Quotient: Rahasia Sukses Membangun Kecerdasan Emosi dan Spiritual*. Penerbit Arga. Jakarta.
- Ahmad, Khaliq. 2002. Islamic Ethics in a Changing Environment for Managers, in. A. M. Sadeq, *Ethics in Business and Management: Islamic and ainstream Approaches*, Asean Academic Press, London.
- Ahmad, Khaliq. 2003. The Challenge of Global Capitalism: An Islamic Perspective, in. J. H. Dunning, *Making Globalization Good: The Moral Challenge of Global Capitalism*. Oxford University Press, Oxford.
- Ahmad, Khurshid. 2000. Islamic Finance and Banking: The Challenge and Prospects. *Review of Islamic Economics*. 9:57-82.

- Ahmad, Saiyad Fareed. 2003. Does Morality Require God? *Intellectual Discourse*. 11 (1): 51-76.
- Ahmad, Ziauddin. 1984. Concept and Models of Islamic Banking: An Assessment, in *Seminar on Islamization of Banking*. Karachi.
- Al Attas, Sharifah Shifa. 1996. The Worldview of Islam: An Outline, in S. S. Al Attas, *Islam and The Challenge of Modernity*. International Institute of Islamic Thought and Civilization (ISTAC), Kuala Lumpur.
- Al Mograbi, A. 1996. *The Social Responsibility of Islamic Banks*. Cairo. International Institute of Islamic Thought.
- Al Omar, Fuad and Mohammed Abdel-Haq. 1996. *Islamic Banking: Theory, Practice and Challenges*. London & New Jersey, Zed Books.
- Al Quran Terjemah. 2002. Alhuda Gema Insani. Jakarta.
- Angelidis, John and Nabil Ibrahim. 2004. An Exploratory Study of the Impact of Degree of Religiousness Upon an Individual's Corporate Social Responsiveness Orientation. *Journal of Business Ethics*. 51 (2):119-128.
- Ann, Mary Reynolds and Kristi Yuthas. 2008. Moral Discourse and Corporate Social Responsibility Reporting. *Journal of Business Ethics*. 78:47-64.
- Ascarya. 2009. *The Lack of Profit and Loss Sharing Financing in Indonesia's Islamic Banks: Revisited*. Center of Education and Central Banking Studies Bank Indonesia Jakarta, Indonesia.
- Askary, S and Clarke Frank. 1997. Accounting in the Koranic Verses. Paper Presented at *Accounting, Commerce and Finance: the Islamic Perspective International Conference*. University of Western Sydney.
- Azmi, Shaheen. H. 1991. Traditional Islamic Social Welfare: Its Meaning, History and Contemporary Relevance. Part III. *Islamic Quarterly*. XXXV and XXXVI (3, 4 and 1)
- Bahrain Monetary Agency. 2004. Islamic Finance Highlighted. *Islamic Finance Review*. April 2004. Issue 5.
- Bakan, Joel. 2004. *The Corporation*. Penerbit Erlangga. Jakarta.

- Balabanis, George., Hugh C. Phillips and Jonathan Lyall. 1998. Corporate Social Responsibility and Economic Performance in the Top British Companies: Are They Linked?. *European Business Review*. 98 (1): 25-44.
- Bank Indonesia, Direktorat Perbankan Shari'ah. 2008. *Laporan Perkembangan Perbankan Syariah*.
- Baydoun, Nabil and Roger Willett. 2000. Islamic Corporate Report. *Abacus*. 36 (1):71-90.
- Bebbington, Jan., Carlos Larrinaga and Jose M. Moneva. 2004. An Evaluation of the Role of Social, Environmental and Sustainable Development Reporting in Reputation Risk Management. In *Fourth Asian Pacific Interdisciplinary Research in Accounting*.
- Beekun, Rafik Issa. 1996. *Islamic Business Ethics*. Herndon. USA. The International Institute of Islamic Thought.
- Belal, Aatur Rahman. 2001. A Study of Corporate Social Disclosures in Bangladesh. *Managerial Auditing Journal*. 16(5):274-289.
- Belkaoui, Ahmed and Philip G. Karpik. 1989. Determinants of the Corporate Decision to Disclose Social Information. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 2 (1): 36-51.
- Boulding, Kenneth E. 1989. *Three Faces of Power*. Sage Publications.
- Bowen, Howard.R. 1953. *Social Responsibilities of the Businessman*. Harper and Row. New York, NY.
- Brooks, Leonard J. 1986. Canadian Corporate Social Performance. *Society of Management Accountants of Canada*. Toronto.
- Buhr, Nola and Martin Freedman. 2001. Culture, Institutional Factors and Differences in Environmental Disclosure Between Canada and the United States. *Critical Perspectives on Accounting*. 12: 293-322.
- Burke, Lee and Jeanne. M Logsdon. 1996. How Corporate Social Responsibility Pays Off. *Long Range Planning*. 29 (4):495-502.
- Burke, Richard C. 1984. Decision Making in Complex Times: The Contribution of A Social Accounting System. *Society of Management Accountants of Canada*. Ontario.

- Burnes, Bernard. 2000. *Managing Change: A Strategic Approach to Organizational Dynamics*, 3rd ed, Pitman. London.
- Burns, J. 2000. The Dynamic of Accounting Change: InterPlay Between New Practices, Routines, Institutions, Power and Politics. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. 13(5):566-596.
- Burrell, Gibson and Gareth Morgan. 1979. *Sociological Paradigms and Organizational Analysis: Elements of the Sociology of Corporate Life*. London: Heinemann.
- Buzby, Stephen dan Haim Falk. 1978. A Survey of the Interest in Social Responsibility Information by Mutual Funds", *Accounting Organizations and Society*. 3 (3):191-201.
- Carrol, Archie B. 1991. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons* JulyAugust: 39-48.
- Carrol, Archie B. 1998. The Four Faces of Corporate Citizenship, *Business and Society Review*. 100/101: 17.
- Carroll, Archie B. 1979. A Three Dimensional Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*. 4:497-505.
- Chapra, Muhammad Umer. 2000. Why has Islam Prohibited Interest: Rationale Behind the Prohibition of Interest. *Review of Islamic Economics*. 9: 5-20.
- Chapra. Muhammad Umer. 2008. *The Islamic Vision of Development in the Light of the Maqāsid AlShari'ah*. The Islamic Foundation. Leicester, UK
- Chen, Ping. 1976. Time for Social Accounting. *Certified Accountant*. 285-291.
- Choi, Jong Seo., 1999. An Investigation of the Initial Voluntary Environment Disclosure Make in Korean Semi Annual Financial Reports. *Pacific Accounting Review*, 11 (1).
- Chua, Wal Fong. 1986. Radical Developments in Accounting Thought. *The Accounting Review*. LXI (4): 601-632.

- Comparative International Analysis. *Advances in Public Interest Accounting*. 3:159-176.
- Cooper, David J and Michael J Sherer.1984. The Value of Corporate Accounting Reports: Argument for a political economy of Accounting. *Accounting, Organization and Society*. 9 (3/4): 207-232.
- Corporate Social Performance Model. *Academy of Management Review*. 20 (1): 43-64.
- Creswell. John W. 2003. *Research Design, Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. Sage Publication Inc. USA.
- Daniri, Mas Achmad. 2007. Standarisasi tanggung jawab Sosial Perusahaan. <http://www.csrindonesia.com>
- Davis, Keith. 1973. The Case for and Against Business' Assumption of Social Responsibilities. *Academy of Management Journal*. 16 (2): 312-322.
- Deegan, Craig. 2002. The Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosures: A Theoretical Foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 15 (3): 282-311.
- Deegan, Craig, Michael Rankin and John Tobin. 2002. An Examination of the Corporate Social and Environmental Disclosures of BHP from 1983-1997: A Test of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 15 (3):312-343.
- Dowling, John and Jeffrey Pfeffer. 1975, Organizational Legitimacy, Social Values and Organizational Behavior. *Pacific Sociological Review*. 18.
- Dusuki, Asyraf Wajdi. 2008. Understanding the Objectives of Islamic Banking: a Survey of Stakeholders' Perspectives. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*. 1 (2): 132-148
- Epstein, Marc. J and Martin Freedman. 1994. Social Disclosure and the Individual Investor. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. 7 (4): 94-109.

- Frederick, William., Keith Davis dan James E. Post. 1988. *Business and Society: Corporate Strategy, Public Policy, Ethics*. Mc Graw Hill Book Company. Singapore.
- Friedman, Milton. 1970. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *New York Times Magazine*. 13 September.
- Gaffikin, Michael. 2008. *Creating a Science of Accounting: Accounting Theory to 1970*. Working Paper Series. University of Wollongong. Australia.
- Gallhofer, Sonja, Jim Haslam. 1997. The Direction of Green Accounting Policy: Critical Reflection. *Accounting, Auditing, Accountability Journal*, **10** (2):148-174.
- Gambling, Trevor and Rifaat Ahmed Abdel Karim. 1991. *Business and Accounting Ethics in Islam*. London. Mansell.
- Ghani, Muhammad Abdul. 2005. *The Spirituality in Business: Pencerahan Hati bagi Pelaku Usaha*. Pena Pundi Aksara. Jakarta.
- Goll, Irene and Abdul A. Rasheed. 2004. The Moderating Effect of Environmental Munificence and Dynamism on the Relationship Between Discretionary Social Responsibility and Firm Performance. *Journal of Business Ethics*. 49 (1): 41-54.
- Gozali, Nike O., Janice C.Y and Peter Verhoeven. 2001. The Economic Consequences of Voluntary Environmental Information Disclosure. how.@cbs.curtin.edu.au
- Gray, Rob., Dave Owen and Carol Adam. 1996. *Accounting and Accountability: Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Accounting*. Prentice Hall. Britain.
- Gray, Rob., Dave Owen and Keith Maunders.1987. *Corporate Social Reporting: Accounting and Accountability*. Prentice Hall,, London.
- Gray, Rob., Reza Kouhy and Simon Lavers. 1995. Corporate Social and Environmental Reporting: A Review of The Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 8 (2): 47-77.

- Greenfield, W. M. 2004. In the Name of Corporate Social Responsibility. *Business Horizons*. 47 (1 January-February):19-28.
- Greer, Jed and Kenny Bruno. 1998. *Greenwash: The Reality Behind Corporate Environmental*. Terjemahan. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta.
- Griffin, David Ray. 2005. *Spiritualitas dan Masyarakat: Visi-visi Postmodernisme*. Terjemahan dalam Bahasa Indonesia (A.Gunawan Admiranto). Kanisius. Yogyakarta.
- Guthrie, J. E. and Parker, L. 1990. *Corporate Social Disclosures Practices: A*
- Habermas, Jurgen. 1983a. *The Theory of Communicative Action, Reason and the Rationalization of Society*. Volume 1. Beacon Press. Boston.
- Habermas, Jurgen. 1983b. *The Theory of Communicative Action, Lifeworld and System: A Critique of Functionalist Reason*. Volume 2. Beacon Press. Boston.
- Hackston, David and Markus J. Milne. 1996, Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies, *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 18 (1): 77-108.
- Hall, Janine Ann. 2002. An Exploratory Investigation into The Corporate Social Disclosure of Selected New Zealand Companies. Discussion Paper Series 211. *Massey University School of Accountancy*.
- Hallaq, Wael B. 2004. *A History of Islamic Legal Theories: An Introduction to Sunni Usul alFiqh*. 4th Edition. Cambridge, Cambridge University Press.
- Hameed, Shahul. 2000. From Conventional Accounting to Islamic Accounting: Review of the Development Western Accounting Theory and its Implications for and Differences in the Development of Islamic Accounting. <http://www.Islamicfinance.com>
- Hameed, Shahul., Ade Wirman., Bakhtiar AlRazi., Mohd Nazli and Sigit Pramono. 2003. *Alternative Disclosure and Performance*

- Measures for Islamic Banks. *International Islamic University Malaysia*.
- Haniffa, Roszaini and Mohammad Hudaib. 2004. Disclosure Practise of Islamic Financial Institutions: An Exploratory Study. Working Paper at the Accounting, Commerce and Finance: *The Islamic Perspective International Conference V*. Brisbane, Australia. 15-17 June 2004.
- Haniffa, Roszaini and Mohammad Hudaib. 2007. Exploring the Ethical Identity of Islamic Banks via Communication in Annual Reports. *Journal of Business Ethics*. 76: 97-116.
- Harahap, Sofyan S. 2003. The Disclosure of Islamic Values—Annual Report: The Analysis of Bank “Ibunda” Indonesia’s Annual Report. *Managerial Finance*. 29. (7): 70-89.
- Harahap, Sofyan S. 2004. *Krisis Akuntansi Konvensional: Menyoal Epsitemologi Sekuler dalam Konteks Mencapai Kesejahteraan Umat Manusia*. LPFE Trisakti. Jakarta.
- Hardiman, F. Budi. 1990. *Kritik Ideologi: Pertautan Pengetahuan dan Kepentingan*. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.
- Hardy, Cynthia. 1996. Understanding Power: Bringing about Strategic Change. *British Journal of Management*. March(7): S3-S16.
- Haron Sudin. 1995. The Philosophy and Objective of Islamic Banking: Revisited. *New Horizon*.
- Haron, Sudin and Badrul Hisham. 2003. Wealth Mobilization by Islamic Banks: The Malaysian Case, in *International Seminar on Islamic Wealth Creation*. University of Durham, Durham, United Kingdom.
- Harte, George., Linda Lewis, and David Owen. 1991. Ethical Investment and the Corporate Reporting Function. *Critical Perspectives in Accounting*. 2 (3): 227-253.
- Human Capital. 2007. Outsourcing Perbankan: Lampu Kuning atau Lampu Merah?. *Human Capital Magazine*. 41 (Agustus):11-15.
- Ibrahim, Nabil A. and John A Angelidis. 1993. Corporate Social Responsibility: A Comparative Analysis of Perceptions of Top

- Executives and Business Students. *The Mid Atlantic Journal of Business*. 29 (3): 303-315.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penulisan Bisnis Akuntansi*. BPFE. Yogyakarta.
- Iqbal, Munawar and David T Lewellyn. 2002. *Islamic Banking and Finance: New Perspectives on Profit Sharing and Risk*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Iqbal, Zamir and Abbas Mirakhor. 2003. Stakeholders Model of Governance in Islamic Economic System, in *The Fifth International Conference on Islamic Economics and Finance: Sustainable Development and Islamic Finance in Muslim Countries*, IRTI. Islamic Development Bank. Bahrain.
- Islamic Banking and Finance: Growth and Challenges Ahead. 2009 Financial Insights & General Council on Islamic Banks. <http://www.sungard.com/ambit>
- Jackman, C.J. 1982. An Accountant's View of Social Accounting and Social Disclosure. Paper presented at an *Institute of Chartered Accountants (NSW) Professional Development Course on Social Accounting and Social Disclosure*.
- Johnson, Homer H. 2003. Does it Pay to be Good? Social Responsibility and Financial Performance. *Business Horizons*. 46 (NovDec):34-40.
- Kamali, Mohammed Hashim. 1999. *Maqasid AlShari'ah: The Objectives of Islamic Law*. Islamic Research Institute, International Islamic University Islamabad. Islamabad.
- Kamali, Mohammed Hashim. 1989. Sources, Nature and Objectives of Shari'ah. *The Islamic Quarterly*. 215-235.
- Kamla, Rania. 2009. Critical Insight into Contemporary Islamic Accounting. *Critical Perspective on Accounting*. 20: 921-932
- Kamla, Rania., Sonja Gallhofer and Jim Haslan. 2006. Islam, Nature and Accounting: Islamic Principles and the Notion of Accounting for the Environment. *Accounting Forum* 30,: 245-265.
- Kok, Peter., Ton van der Wiele., Richard McKenna and Allan Brown. 2001. A Corporate Social Responsibility Audit Within a Quality

- Management Framework. *Journal of Business Ethics*. 31 (4): 285-297.
- Kotler, Philip dan Nancy Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. John Wiley & Sons.Inc.USA.
- Lantos, Geoffrey P. 2001. The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility. *Journal of Consumer Marketing*. 18 (7):595-630.
- Lantos, Geoffrey P. 2002. The Ethicality of Altruistic Corporate Social Responsibility. *Journal of Consumer Marketing*. 19 (3):205-230.
- Larrinaga, Carlos., Jose Moneva., Fernando Liena., Fransisco Carrasco and Carmen Correa. 2002. Accountability and Accounting Regulation: The Case of the Spanish Environmental Disclosure Standard. *European Accounting Review*, 11 (4): 723-740.
- Lewis, Linda and Jeffrey Unerman. 1999. Ethical Relativism: A Reason for Differences in Corporate Social Reporting. *Critical Perspectives on Accounting*. 10: 521-547.
- Lewis, Mervin and Al Gaoud.L.M. 2007. *Islamic Banking*. terjemahan Burhan Subrata. Serambi Ilmu Semesta.
- Lewis, Mervin. 2001. Islam and Accounting. *Accounting Forum*. 25 (2): 103-127.
- Li, David H. 1960. The Nature of Corporate Residual Equity Under the Entity Concept. *The Accounting Review*. April. 258-263.
- Lindblom, Charles.E. 1983. The Concept of Organizational Legitimacy and its Implications for Corporate Social Responsibility Disclosure, *Working Paper No.7, Public Interest Section, AAA*.
- Logsdon, Jeanne. M. 1985. Organisational Responses to Environmental Issues: oil refining companies and air pollution. in Preston, L.E. (Ed.). *Research in Corporate Social Performance and Policy*.7: 47-72.
- Longstreth, Bevis and H.David Rosenbloom. 1973. *Corporate Social Responsibility and the Institutional Investor*, Praeger, New York, NY.

- Maali, Bassam., Peter Casson and Christopher Napier. 2003. Social Reporting by Islamic Banks. Discussion Paper. *University of Southampton*.
- Maignan, Isabelle and O.C Ferrell. 2003. Nature of Corporate Responsibilities Perspectives from American, French, and German consumers. *Journal of Business Research*. 56 (1): 55-67.
- Maignan, Isabelle. 2001. Consumers' Perceptions of Corporate Social Responsibilities: A CrossCultural Comparison. *Journal of Business Ethics*. 30 (1):57-72.
- Majalah Bisnis dan CSR. 2007. Regulasi Setengah Hati. Edisi Oktober
- Malar, Mercia Selva. 2008. The "Ethics" of Being Profit Focused. *Social Responsibility Journal*. 4(1/2): 136-142.
- Marrewijk, M.Van. 2003. Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: Between Agency and Communion. *Journal of Business Ethics*. 44 (2):95-105.
- Mashhour, N. 1996. *Social and Solidarity Activity in Islamic Banks*. The International of Institute Islamic Thought. Cairo.
- Mastrandonas, Andrew and Polly Strife. 1992. Corporate Environmental Communications: Lessons from Investors. *Columbia Journal of World Business*, 27(3,4): 234-241.
- Mathews, M.R. 1993. *Socially Responsible Accounting*. Chapman and Hall. Great Britain. London.
- Maurer, Bill. 2002. Anthropological and Accounting *Knowledge* in Islamic Banking and Finance: Rethinking Critical Accounts. *Journal Royal Antropological Inst.* 8: 645-667.
- Milne, Markus and Dennis Patten. 2002. Securing Organizational Legitimacy: an Experimental Decision Case Examining the Impact of Environmental Disclosures. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15 (3):372- 405.
- Moleong, Lexi J. 2007. *Metodologi Penulisan Kualitatif*. Remadja Rosdakarya. Bandung.
- Moneva, Jose., Pablo Archel and Carmen Correa. 2006. GRI and the Camouflaging of Corporate Unsustainability. *Accounting Forum*.30:121-137.

- Muhadjir, Noeng. 2000. *Metodologi Penulisan Kualitatif*, Edisi IV. Penerbit Rake Sarasin. Yogyakarta.
- Mulawarman, Aji Dedi. 2005. *Menyibak Akuntansi Syariah: Rekonstruksi Teknologi Akuntansi Shari'ah dari Wacana ke Aksi*. Kreasi Wacana Yogyakarta.
- Mumisa, Michael. 2002. *Islamic Law: Theory and Interpretation*. Maryland, Amana Publications.
- Muwazzir, Mohd Rizal and Rusnah Muhammad. 2006. Islamic Business Organizations (Ibos) and Corporate Social Disclosure (CSD): A Tawhidic Paradigm. *Working Paper. University of Malaya. Malaysia*.
- Neumann, W Lawrence. 2000. *Social Research Method: Qualitative and Quantitative Approach*. Fourt Edition. Allyn & Bacon. A Pearson Education Company. USA.
- Nyazee, Imran Ahsan Khan. 2000. *Islamic Jurisprudence (Usul alFiqh)*. Islamabad, Islamic Research Institute Press.
- O'Donovan, Gary. 2002. Environmental Disclosures in the Annual Report. *Accounting Auditing and Accountability Journal*. 15(3): 344-371.
- Owen, David., Rob Gray and Jan Bebbington. 1997. Green Accounting: Cosmetic Irrelevance or Radical Agenda for Change?. *Asia Pacific Journal of Accounting*. 4 (2): 175-198.
- Parvez, Zahid. 2000. *Building a New Society: An Islamic Approach to Social Change*. Leicester. The Islamic Foundation.
- Pikston, Tammie S and Archie B Carroll. 1994. Corporate Citizenship Perspectives and Foreign Direct Investment in the US. *Journal of Business Ethics*. 13:157-169.
- Prachsriphum, Suttinee and Phapruek Ussahawanitchakit. 2009 Corporate Social Responsibility Information Disclosure and Firm Sustainability: an Empirical Research of Thai Listed Firms. *Journal of International Business and Economic*. 9 (4):40-60.

- Prakash, Sethi S. 1975. Dimensions of Corporate Social Performance: an Analytical Framework. *California Management Review*. 17(3):58-64.
- Pramanaik, Ataul Huq. 1994. The Role of Family as an Institution in Materializing the Ethic Economic Aspects of Human Fulfilment. *Humanomics*,10(3): 85-110.
- Raar, Jean. 2002. Environmental Initiatives: Towards Triple Bottom Line Reporting. *Corporate Communications*. 7 (3): 169-183.
- Rahaman,A.S., Stewart Lawrence and Juliet Ropper. 2004. Social and Environmental Reporting at the VRA: Institutionalised Legitimacy or Legitimation Crisis. *Critical Perspective on Accounting*. 15:3556.
- Rajagukguk, E. 2008. Konsep dan Perkembangan Pemikiran tentang tanggung jawab Sosial Perusahaan. *Workshoptanggung jawab Sosial Perusahaan*. Pusham UII. Yogyakarta, 6-8 Mei 2008.
- Ramanathan, Kavasseri V. 1976. Toward a Theory of Corporate Social Accounting. *Accounting Review*. 51 (3): 516-528.
- Richardson, Alan.J. 1987. Accounting as a Legitimizing Institution. *Accounting, Organizations and Society*, 12 (4): 341-355.
- Ritzer, George and Douglas J. Goodman. 2003. *Teori Sosiologi Modern*. Terjemahan Edisi 6. Fajar Interpretama Offset. Jakarta.
- Rizk, Riham Ragab. 2008. Back to Basics: An Islamic Perspective on Business and Work Ethics. *Social Responsibility Journal* 4(1/2): 246-254.
- Robbins, Stephen P. 1987. *Organization Theory: Structure, Design and Applications*. Prentice Hall. USA.
- Roberts, Claire B. 1991. Environmental Disclosures: A Note on Reporting Practices in Mainland Europe. *Accounting Auditing & Accountability Journal*. 4(3): 62-71.
- Rockness, Joanne and Paul F. Williams. 1988. A Descriptive Study of Social Accounting Responsibility Mutual Funds. *Accounting Organizations and Society*.13 (4): 397-411.

- Rosly, Saiful Azhar and Mohd Affandi Abu Bakar. 2003. Performance of Islamic and Mainstream Banks in Malaysia. *International Journal of Social Economics*. 30 (12): 1249-1265.
- Salim, Agus. 2001. *Teori dan Paradigma Penulisan Sosial*. PT.Tiara Wacana Yogya. Yogyakarta.
- Samhadi, S. 2007. Hutan dihancurkan, Bencana didapat. *Kompas* 13 Januari.
- Sarantakos, Sotirios. 1993. *Social Research*. Macmillan Education Australia PTY.LTD
- Sardar, A. Ziauddin. 2003. *Islam, Postmodernism and Other Futures* London, Pluto Press.
- Sarker, M. Abdul Awwal. 1999. Islamic Business Contracts, Agency Problem and The Theory of the Islamic Firm. *International Journal of Islamic Financial Services*. 1 (2).
- Saudagaran, Shahrokh. M. 2000. *International Accounting*. Southwestern Colleague Publishing. New York.
- Sawarjuwono, Tjiptohadi. 1995. *Accounting Language Change: A Critical Study of Habermas's Theory of Communication Action*. Dissertation. The University of Wollongong. Australia.
- Setiabudi, Hendry Y dan Iwan Triyuwono. 2002. *Akuntansi Ekuitas: Dalam Narasi Kapitalisme, Sosialisme dan Islam*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Siddiqi, Muhammad N. 1983. *Issues in Islamic Banking*. Leicester. United Kingdom. The Islamic Foundation.
- Siddiqi, Muhammad N. 1985. *Partnership and Profit Sharing in Islamic Law*. Leicester, U.K. The Islamic Foundation.
- Siddiqi, Sahid. Hasan. 2001. Islamic Banking: True Modes of Financing. *New Horizon*. 109 (May-June)
- Soujanen, Waino W. 1954. Accounting Theory and the Large Corporation. *The Accounting Review*. 391-398.
- Spicer, Barry H. 1978. Investors, Corporate Social Performance and Information Disclosure: An Empirical Study. *The Accounting Review*. 53 (1): 94-111.

- Suchman, Mark. C. 1995. Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *Academy of Management Review*. 20 (3):571-610.
- Suharto, Edi. 2009. Menggagas Standar Audit Program CSR. Disampaikan dalam Round Table Discussion AAI. <http://www.auditorinternal.com/>
- Sulaiman, Maliah and Roger Willett. 2003. Using the Hoftside Gray Framework to Argue Normatively for an Extension of Islamic Corporate Reports. *Malaysian Accounting Review*. 2 (1).
- Suratmo, Sribugo. 2008. Implementasi CSR di Perusahaan. makalah disajikan pada Seminar *Corporate Social Responsibility: Strategy, Management and Leadership, Intipesan*. Hotel Aryaduta Jakarta 13-14 Februari
- Suriasumantri, Jujun S. 1985. *Filsafat Ilmu: Sebuah Pengantar Populer*. Penerbit Sinar Harapan. Jakarta.
- Swanson, Diane. 1995. Addressing A Theoretical Problem By Reorienting the
- Teoh., Hai-Yap and Gregory Thong. 1984. Another Look at Corporate Social and Responsibility and Reporting: an Empirical Investigation in Developing Country. *Accounting, Organization and Society*. 9 (2):186-206.
- The Asian Banker. 2007. Islamic Banking and Finance: Growth and Challenges Ahead. *White Paper Islamic Banking And Finance*. <http://www.asianbankerpublication.com/A556C5/WhitePaper.nsf>
- Tilt, Carroll Ann. 2001. The Content and Disclosure of Australian Corporate Environmental Policies. *Accounting Auditing and Accountability Journal*. 14 (2):190-212.
- Triyuwono, Iwan. 2000. Paradigma Ilmu Pengetahuan dan Metodologi Penulisan. *Short Course Metodologi Penulisan Paradigma Alternatif: Untuk Akuntansi dan Manajemen*. CBIES FE Unibraw.
- Triyuwono, Iwan. 2001. Metafora Zakat dan *Shari'ah Enterprise Theory* sebagai Konsep Dasar dalam Membentuk Akuntansi Shari'ah.

- Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*. 5 (2) Desember: 131-145.
- Triyuwono, Iwan. 2002. Sinergi Oposisi Biner: Formulasi Tujuan Dasar Laporan Keuangan Akuntansi Shari'ah. *Prosiding Simposium Nasional Sistem Ekonomi Islami I*. PPPEI, FEUniversitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Triyuwono, Iwan. 2004a. Trust (Amanah), the Divine Symbol: Interpretations in The Context of Islamic Banking and Accounting Practices, *Fourth Asia Pacific Interdisciplinary Research in Accounting Conference*. Singapore.
- Triyuwono, Iwan. 2004b. Formulasi Karakter Laporan Akuntansi Shari'ah dengan Pendekatan Filsafat Manunggaling Kawulo Gusti (Syekh Siti Jenar). *Simposium Nasional Sistem Ekonomi Islami II*. PPBEI, Universitas Brawijaya Malang.
- Triyuwono, Iwan. 2005. ANGELS: Sistem Penilaian Tingkat Kesehatan (TKS) Bank Shari'ah. *Seminar Ekonomi dan Kewangan Islam*. Universiti Utara Malaysia. Kuala Lumpur.
- Triyuwono, Iwan. 2006. *Perspektif, Metodologi dan Teori Akuntansi Shari'ah*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Triyuwono, Iwan. 2007. Mengangkat "Sing Liyan" untuk Formulasi Nilai Tambah Shari'ah. *Simposium Nasional Akuntansi X*, Unhas Makasar.
- Turker, Duygu. 2009. Measuring Corporate Social Responsibility: A Scale Development Study. *Journal of Business Ethics*. 85:411-427
- Ullmann, A. A. 1985. Data in Search of A Theory: A Critical Examination of The Relationship Among Social Performance, Social Disclosure and Economic Performance of U.S. Firms. *Academy of Management Review*. 10 (3): 540-557.
- Umar, Muhammad. 2009. Gagasan Islam, Rahmatan lil Alamin. *Harian Republika*. Jum'at 04 Desember.
- Usmani, Muhammad Taqi. 2000. *An Introduction to Islamic Finance*. Karachi, Pakistan, Idaratul Ma'arif.

- Usmani, Muhammad Taqi. 2002. *An Introduction to Islamic Finance Arab and Islamic Law Series*. Kluwer Law International. Amsterdam.
- Vail, Jeff. 2004. *A Theory of Power*. Universe, Inc. New York Lincoln. Shanghai.
- Wartick, Steven and Philip Cochran. 1985. The Evolution of the Corporate Social Performance Model. *Academy of Management Review*. 10 (4): 758-769.
- Wettstein, Florian. 2009. Beyond Voluntariness, Beyond CSR: Making a Case for Human Rights and Justice. *Business and Society Review*. 114 (1): 125-52.
- Wibisono, Jusuf. 2007. *Corporate Social Responsibility: Membedah Konsep dan Aplikasi*. FASCHO Publishing. Gresik.
- Windsor, Duane. 2001. The Future of Corporate Social Responsibility. *International Journal of Organizational Analysis*. 9 (3):225-256.
- Wood, Donna J. 1991. Corporate Social Performance revisited. *Academy of Management Review*. 16 (4): 758-769.
- World Business Council for Sustainable Development. 2004. "Corporate Social Responsibility". <http://www.wbcsd.ch> (akses 25 Maret, 2004)
- Yazdifar, Hassan dan Davood Askarany. 2005. Power and Politics and Their Relationship with Management Accounting Change. *International Journal of Knowledge, Culture and Change Management*. 5:132-148.
- Yunus, Muhammad. 2007. *Bank Kaum Miskin*. Marjin Kiri. Jakarta.
- Zaid, Omar. Abdullah. 2004. *Akuntansi Shari'ah: Kerangka Dasar & Sejarah Keuangan dalam Masyarakat Islam*. LPFE. Jakarta.

GLOSARIUM

AAOIFI	(Accounting, Auditing and Governance Standards for Islamic Financial Institution) adalah lembaga regulasi keuangan Islam Internasional yang berkedudukan di Abu Dhabi, UEA. AAOIFI telah mengeluarkan Standar Akuntansi dan <i>Auditing</i> untuk lembaga keuangan Islam (<i>Accounting and Auditing Standards for Islamic Financial Institutions</i>) tahun 1998
<i>Balance Score Card</i>	Konsep untuk mengukur apakah kegiatan perusahaan telah sesuai dengan tujuan dalam hak visi dan strategi. Yang mencakup menerjemahkan visi ke dalam tujuan operasional, mengomunikasikan visi dan menghubungkan dengan kinerja perorangan, perencanaan bisnis dan umpan balik dan pembelajaran.
<i>Capital Adequacy Ratio (CAR)</i> 13	Rasio yang menentukan kemampuan bank dalam hal pemenuhan kewajiban dan risiko lainnya seperti risiko kredit, operasional dan lain-lain.
<i>Charity Principle</i>	<i>Charity principle</i> merupakan pandangan bahwa kelompok yang lebih sejahtera dalam masyarakat harus memberikan sumbangan kepada kelompok yang lebih membutuhkan. 12
<i>Community development</i>	<i>Community development</i> merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial yang sering dilakukan perusahaan yang menekankan pada pembangunan sosial dan pembangunan kapasitas masyarakat.
<i>Daftar Syariah</i> <i>Efek</i>	Daftar yang dikeluarkan oleh Bapepam dan DSN, yang berisikan daftar emiten perusahaan yang halal. Kriteria efek syariah adalah yang memenuhi ketentuan fatwa DSN No: 40/DSN-MUI/X/2003 dan Peraturan Nomor 1 K.1.
<i>Daruriyyat Essentials</i>	Didefinisikan oleh Al-Shatibi sebagai pemenuhan kepentingan-kepentingan pokok dalam hidup yang berkaitan dengan pencapaian tujuan syariah yaitu melindungi <i>faith</i> (iman), <i>life</i> (kehidupan), <i>intellect</i> (akal), <i>posterity</i> (keturunan) dan <i>wealth</i> (harta).
<i>Dewan Pengawas Syariah (DPS)</i>	Dewan yang ada di institusi keuangan Islam yang terdiri dari ulama yang menjadi anggota Dewan Syariah

	Nasional yang bertugas untuk memastikan kepatuhan perusahaan terhadap fatwa-fatwa yang telah dikeluarkan Dewan pengawas Syariah.
<i>Direct Participant</i>	Pihak-pihak yang secara langsung memberikan kontribusi pada perusahaan baik dalam bentuk kontribusi keuangan maupun nonkeuangan. Pihak-pihak ini antara lain pemilik, pegawai dan konsumen.
<i>Eksternalitas (externality)</i>	Eksternalitas (<i>externality</i>) menurut pakar ekonomi Milton Friedman merupakan akibat dari adanya transaksi yang dialami oleh pihak ketiga yang tidak terlibat atau tidak memainkan peran apapun dalam pelaksanaan transaksi tersebut. Eksternalitas dalam hal ini bisa dialami oleh pekerja, nasabah, masyarakat dan lingkungan.
<i>Entity Theory</i>	Konsep <i>entity theory</i> menganggap entitas sebagai sesuatu yang terpisah dan berbeda dari pihak penanam modal dalam perusahaan. Unit usaha menjadi pusat perhatian yang harus dilayani, bukan hanya pemilik.
<i>Enterprise Theory</i>	Konsep <i>enterprise theory</i> dilandasi oleh gagasan 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.
<i>Good Corporate Citizenship</i>	Istilah yang diberikan di Amerika bagi perusahaan yang menguntungkan, mematuhi hukum, memiliki perilaku yang beretika serta memberikan sumbangan atau <i>philanthropy</i>
<i>GRI: (Global Reporting Initiative)</i>	Merupakan proyek dari Coalition for Environmentally Responsible Economics dengan United Nations Environmental Program yang telah mempublikasikan panduan pelaporan yang dikenal dengan <i>Triple Bottom Line Reporting</i> pertama kali pada Juni 2000. Sampai saat ini lebih dari 700 perusahaan dari 43 negara telah membuat <i>sustainability</i> laporan berdasarkan panduan GRI
<i>Hajiyat (Complementary)</i>	dijelaskan oleh Al-Shatibi merujuk pada kepentingan tambahan yang apabila diabaikan akan menimbulkan kesulitan tapi tidak sampai merusak kehidupan normal
<i>Indirect Participant</i>	Pihak yang sama sekali tidak memberikan kontribusi kepada perusahaan baik keuangan maupun nonkeuangan, tetapi secara syariah mereka adalah pihak yang berhak untuk mendapatkan kesejahteraan dari perusahaan.

<i>Insolvent Client</i>	Nasabah yang tidak bisa memenuhi kewajiban finansialnya terhadap bank.
<i>Khalifatullah fil Ardh</i>	salah satu dari dua konsep penting Islam berkenaan fungsi manusia sebagai wakil Allah di alam semesta untuk mengelolanya sesuai ketentuan-ketentuan syariah sebagai tanda keimanan kepada Allah (di samping fungsi lainnya sebagai <i>'abd Allah</i>
<i>Mardhatillah</i>	Dalam Islam bermakna keridaan Allah. Di mana setiap muslim wajib berusaha untuk mendapatkan keridaan Allah dalam setiap aktivitasnya. Hal ini dapat diperoleh dengan menjalankan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya.
<i>Maslahah (benefit for the people)</i>	Prinsip dalam Islam yang mengutamakan kepentingan orang banyak di atas kepentingan pribadi dan golongan.
<i>Mudharabah</i>	Pembiayaan di mana seluruh modal kerja yang dibutuhkan nasabah ditanggung oleh bank. Keuntungan yang diperoleh dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati
<i>Musyarakah</i>	Pembiayaan khusus untuk modal kerja, di mana dana dari bank merupakan bagian dari modal usaha nasabah dan keuntungan dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati
<i>Murabahah</i>	Pembiayaan berdasarkan akad jual beli antara bank dan nasabah. Bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati. Dapat dipergunakan untuk keperluan usaha (investasi, modal kerja) dan pembiayaan konsumen.
<i>Posmodernism</i>	Gerakan kebudayaan pada umumnya yang dicirikan oleh penentangan terhadap totalitarianisme dan universalisme, serta kecenderungannya ke arah keanekaragaman dengan menghargai fragmentasi dan kontradiksi.
<i>Proprietary theory</i>	Teori yang memandang perusahaan dari sudut pandang pemilik. Di mana tujuan, jenis modal, makna rekening dan lainnya semua dilihat dari sudut pandang pemilik (<i>proprietor</i>). Perusahaan dalam konsep ini bertujuan untuk memakmurkan pemilik.
<i>Profit and loss sharing</i>	Sistem bagi hasil, yang merupakan sistem yang diajukan sebagai pengganti sistem bunga. Berdasarkan sistem ini setiap pembagian atas kerja sama di bidang ekonomi tidak hanya berdasarkan laba melainkan juga rugi harus ditanggung bersama.

<i>Qardhul Hassan</i>	Pinjaman tanpa riba, merupakan pemberian pinjaman dengan kebaikan. Biasanya disebut secara singkat dengan <i>Qardh</i> , yang artinya adalah pemberian harta kepada orang lain atau meminjamkannya tanpa mengharapkan imbalan. <i>Qardh</i> dalam <i>fiqh</i> klasik dikategorikan dalam akad <i>tathawwuni</i> atau akad saling membantu dalam kebaikan
<i>Rahmatan lil aalamin</i>	Merupakan konsep dalam Islam yang menyatakan bahwa Islam itu adalah agama yang membawa rahmat bagi seluruh isi alam
<i>Shari'ah Enterprise Theory</i>	Merupakan suatu teori alternatif, yang dikembangkan berdasarkan teori <i>enterprise</i> . Teori ini memiliki nilai-nilai ketuhanan. Di mana pertanggungjawaban tidak hanya dilakukan terhadap manusia melainkan juga terhadap Tuhan.
<i>Social Accounting</i>	Cabang dari akuntansi yang menekankan pada aspek sosial dari perusahaan. Di mana perusahaan dianggap sebagai bagian dari suatu sistem sosial.
<i>Steering media</i>	Media yang menurut Habermas dapat mempengaruhi kepentingan individu yang berinteraksi dalam suatu sistem sosial. Menurut Habermas terdapat dua jenis media yaitu <i>money</i> dan <i>power</i>
<i>Stakeholders</i>	Merupakan pihak-pihak yang terlibat dengan perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung, antara lain pemilik, pegawai, konsumen, pemasok, masyarakat dan lingkungan 13
<i>Stewardship principle</i>	Prinsip yang memandang manajer perusahaan sebagai <i>steward</i> (pengurus) atau <i>trustee</i> (wali) yang bertindak berdasarkan kepentingan publik. Walaupun perusahaan di mana mereka bekerja adalah perusahaan privat dan sekalipun mereka juga mencari profit bagi pemilik, namun sumber-sumber perusahaan dikelola oleh para manajer yang 13 percaya bahwa mereka punya kewajiban untuk melihat masyarakat secara umum mendapatkan manfaat dari apa yang dilakukan oleh perusahaan
<i>Sustainability reporting</i>	Merupakan laporan keberlanjutan yang menunjukkan upaya-upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam menjaga keberlanjutan dari tiga hal, yaitu <i>profit</i> , <i>people</i> 2 <i>n planet</i> .
<i>Tahsiniyyat (embellishment)</i>	Kepentingan yang harus dipertimbangkan pada level ini adalah kepentingan yang berfungsi menyempurnakan kepentingan pada level sebelumnya, yaitu <i>daruriyyat</i> dan <i>hajjiyyat</i> .

<i>Triple Bottom Line Reporting</i>	Istilah <i>Triple Bottom Line</i> dipopulerkan oleh John Elkington pada tahun 1997 melalui buku berjudul <i>Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business</i> . Elkington mengembangkan konsep <i>Triple Bottom Line</i> dalam istilah <i>economic prosperity</i> , <i>environmental quality</i> dan <i>social justice</i> .
<i>Value Added Statement</i>	Laporan Nilai Tambah, adalah laporan yang menunjukkan pengukuran yang lebih luas yang mengarah pada kepentingan yang lebih luas dalam bentuk distribusi pada seluruh <i>stakeholders</i> .
<i>Zakat</i>	Secara etimologi berasal dari kata <i>zaka</i> dan dapat pula berasal dari kata <i>zakka</i> . Mempunyai arti pertumbuhan (<i>Al-Nama'</i>), suci (<i>Al-Thaharah</i>), dan berkah (<i>Al-Barakah</i>). Kadang-kadang Al-Qur'an menyebut kata <i>shadaqah</i> yang mengarah pada arti zakat. Sedangkan menurut istilah zakat adalah mengeluarkan atau memberikan sebagian harta benda kepada orang-orang yang berhak menerimanya (<i>mustahiqq al-zakat</i>) dengan syarat-syarat tertentu.

Berangkat dari pemikiran bahwa Islam itu *rahmatan lil alamiin*, buku ini menawarkan suatu konsep dan pemikiran mengenai tanggung jawab sosial dalam perspektif Islam. Buku ini merupakan perkawinan pemikiran mengenai nilai-nilai Islam dan konsep tanggung jawab sosial dengan menggunakan pemikiran kritis. Bank Islam memiliki filosofi yang berbeda dengan bank konvensional, maka selayaknya jika semua aktivitasnya termasuk aktivitas tanggung jawab sosial juga dilakukan dengan berdasarkan pada nilai-nilai Islam.

Dari segi metodologi buku ini menawarkan suatu metodologi alternatif dengan dilakukannya ekstensi atas teori komunikasi aksi Habermas. Ekstensi dilakukan dengan menggunakan spiritual sebagai salah satu sumber refleksi diri selain rasionalitas. Melalui buku ini penulis berharap dapat memberikan sedikit pencerahan bagi pihak-pihak yang berkepentingan karena selama ini perhatian yang diberikan terlalu fokus pada aspek material sehingga membuat terpinggirkannya informasi yang bersifat spiritual.

Mengingat pentingnya isu tanggung jawab sosial dan pentingnya pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai bagian dari bentuk pertanggungjawaban, ke depan hendaknya dapat disusun suatu laporan nonkeuangan yang akan menjadi laporan utama yang berguna bagi para pengambil keputusan dalam mempertimbangkan kinerja nonkeuangan bank Islam.

Penerbit Deepublish (CV BUDI UTAMA)
Jl. Kaliurang Km 9,3 Yogyakarta 55581
Telp/Fax : (0274) 4533427
Anggota IKAPI (076/DIY/2012)

✉ cs@deepublish.co.id
📘 Penerbit Deepublish
🌐 @penerbitbuku_deepublish
🌐 www.penerbitdeepublish.com



Kategori : Pendidikan

ISBN 978-623-02-3628-0



Menata Pengungkapan CSR pada Bank Islam (Pendekatan Teori Kritis)

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet	605 words — 1%
2	repository.uin-suska.ac.id Internet	520 words — 1%
3	muhariefeffendi.files.wordpress.com Internet	427 words — 1%
4	es.scribd.com Internet	360 words — 1%
5	digilib.uns.ac.id Internet	339 words — 1%
6	123dok.com Internet	317 words — 1%
7	ejurnal.litbang.pertanian.go.id Internet	300 words — 1%
8	pure.southwales.ac.uk Internet	289 words — 1%
9	repository.usu.ac.id Internet	280 words — 1%
10	edoc.pub Internet	279 words — 1%

11	repository.radenintan.ac.id Internet	278 words — 1%
12	50anggotadprd2009-2014.blogspot.com Internet	243 words — 1%
13	kantor-akuntan-audit-pajak.blogspot.com Internet	230 words — 1%

EXCLUDE QUOTES ON
EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

EXCLUDE SOURCES < 1%
EXCLUDE MATCHES < 2 WORDS