

ANALISIS PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA

Muliatul Awaliyah
STIE Bank BPD Jateng

Mekani Vestari
STIE Bank BPD Jateng

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai tingkat kesesuaian *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia dengan *Global Reporting Initiative* (GRI), *Islamic Social Reporting* (ISR), dan *Ethical Identity Index* (EII). Populasi dalam penelitian ini adalah Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia. Metode pengambilan sampel yang digunakan *purposive sampling* pada semua Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia untuk tahun pengamatan 2013-2015. Sampel yang diperoleh sebanyak 11 Bank Umum Syariah (BUS). Metode analisis yang diterapkan dalam penelitian adalah analisis isi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Ethical Identity Index* (EII) memiliki tingkat kesesuaian paling tinggi dengan rata-rata pengungkapan sebesar 72,12%, diurutan kedua adalah *Islamic Social Responsibility* (ISR) dengan rata-rata pengungkapan sebesar 51,66%, dan yang terakhir adalah *Global Reporting Initiative* (GRI) dengan rata-rata pengungkapan sebesar 33,21%.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility*, Perbankan Syariah, *Ethical Identity Index* (EII), *Islamic Social Reporting* (ISR), dan *Global Reporting Initiative* (GRI).

Pendahuluan

Hasil survei di tahun 2014 yang dilakukan Bahrain Monetary Agency menunjukkan bahwa banyaknya institusi perbankan syariah mengalami peningkatan secara signifikan dari total nilai 176 di tahun 1997 meningkat menjadi sebesar 267 di tahun 2004 dengan sebaran di 60 negara. Perkembangan yang paling pesat di negara-negara dengan jumlah penduduk yang sebagian besar muslim adalah industri perbankan berbasis syariah dengan mencatatkan tingkat pertumbuhan 15% tiap tahunnya. Di Indonesia sendiri, industri perbankan syariah dibandingkan dengan

perbankan konvensional memiliki pangsa pasar yang relatif lebih kecil, yakni hanya 2,2%. Namun demikian perbankan syariah tercatat memiliki pertumbuhan yang sangat signifikan sehingga prospek industri tersebut di masa mendatang diyakini akan semakin bagus dan patut untuk diperhitungkan (Sofyani dan Setiawan, 2015). Saat ini tercatat 11 (sebelas) bank umum berbasis syariah yang beroperasi di Indonesia, baik bank umum dengan basis syariah yang berdiri sendiri maupun yang merupakan turunan dari bank konvensional. Angka ini cukup signifikan, mengingat di bulan Oktober 2009 hanya terdapat 6 (enam) bank umum berbasis syariah

di Indonesia (Wiyono dan Amalia, 2015).

Suatu lembaga yang menjalankan bisnis berbasis syariah pada hakikatnya mendasarkan filosofi yang ada di dalam Al-Qur'an dan sunnah dalam melakukan interaksi dengan lingkungan dan sesamanya. Mengingat dasar filosofi bersifat religius, maka diharapkan hubungan yang terjalin akan lebih berkelanjutan dibandingkan dengan pola konvensional (Sofyani dan Setiawan, 2015).

Corporate Social Responsibility (CSR) pertama kali muncul dalam tulisan *Social Responsibility of the Businessman* di tahun 1953 yang digagas oleh Howard Rothmann Brown. CSR merupakan topik yang cukup menarik untuk diperbincangkan dalam dunia bisnis dikarenakan konsep tersebut dianggap sebagai inti dari etika bisnis, yang dapat menjawab permasalahan masyarakat terkait dengan aktivitas perusahaan yang dianggap merugikan *stakeholders*. CSR tidak hanya berbasis responsibilitas yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang terefleksi di dalam kondisi keuangannya saja. Namun, tanggung jawab perusahaan berpijak pada *triple bottom lines*, yaitu selain pencapaian target keuangan juga berupaya ikut membantu masalah sosial dan lingkungan (para *stakeholder*-nya) sehingga akan memperoleh legitimasi atas keberadaannya di tengah-tengah masyarakat. Sinergi dari ketiga unsur tersebut akan menghasilkan pertumbuhan yang berkelanjutan. Demikian juga dengan dunia perbankan, CSR telah menjadi tren baru yang menarik terutama ketika Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) meluncurkan panduan yang memaksa industri perbankan berkontribusi pada pembangunan

berkelanjutan (Syukron, 2015). Dengan demikian terdapat suatu sinkronisasi antara tuntutan terhadap kinerja perbankan syariah dengan konsep CSR.

Pemerintah Indonesia secara khusus mendorong peran serta perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR. Regulasi mengenai CSR tertuang di dalam pasal 74 Undang-undang nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang No. 25 tahun 2007 pasal 15 (b) dan pasal 16 (d) tentang Penanaman Modal. Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah memperkuat hal tersebut, yakni bank syariah selain memiliki fungsi bisnis untuk menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat dalam rangka memperoleh keuntungan, juga memiliki fungsi sosial (Syukron, 2015). Bahasan mengenai CSR merupakan hal yang bersifat masih sangat relevan untuk diperbincangkan mengingat basis perbankan adalah prinsip syariah dimana menghendaki operasional perbankan berlandaskan pada moral, etika, dan tanggung jawab sosial yang berakar prinsip atas dasar ketaatan kepada perintah Allah SWT dan khalifah. Penerapan prinsip syariah ini demi kemaslahatan terhadap kepentingan umum, seperti mengeliminasi kerusakan dan kemiskinan.

Penelitian-penelitian yang telah dilakukan selama ini mengindikasikan bahwa perbankan-perbankan berbasis syariah masih belum mengimplementasikan secara baik fungsi sosialnya sesuai dengan nilai-nilai Islam. Padahal, perbankan Islam seharusnya beroperasi selaras dengan prinsip-prinsip yang diatur sesuai dengan hukum Islam (Sofyani dan Setiawan, 2015). Terdapat beberapa indikator untuk menilai kegiatan CSR suatu perusahaan,

yakni indeks pengungkapan GRI (*General Reporting Initiative*), ISR (*Islamic Social Responsibility*), dan EII (*Ethical Identity Index*).

Penelitian-penelitian sebelumnya yang menggunakan ISR sebagai indeks pengungkapan, seperti Junaidi (2015), Othman dan Thani (2010), Firmansyah (2014) dan Andraeny (2016). Penelitian yang menggunakan indeks pengungkapan EII seperti penelitian Haniffa dan Hudaib (2007), Rashid (2013). Ada yang menggunakan 2 (dua) indeks pengungkapan yakni GRI dan ISR, seperti penelitian Fitria dan Hartanti (2010).

Belum adanya aturan terhadap standar CSR secara syariah menyebabkan berbagai kegiatan dan pelaporan CSR perbankan syariah menjadi tidak seragam. Pengukuran kinerja sosial di banyak perbankan konvensional di Indonesia mengacu kepada Indeks GRI, hal tersebut dapat dilihat pada laporan *sustainability* bank konvensional, begitu pula pada perbankan berbasis syariah di Indonesia yang masih mengacu pada Indeks GRI, seperti yang terlihat pada laporan *sustainability* Bank Syariah Mandiri (BSM).

Pada saat ini banyak bahasan mengenai Indeks ISR didorong adanya kebutuhan terhadap pengungkapan kinerja sosial perbankan syariah. Indeks ISR merupakan pijakan bagi pelaksanaan kinerja perbankan berbasis syariah yang memuat kompilasi berbagai item standar CSR yang ditetapkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*). Berbagai item tersebut selanjutnya dikembangkan kembali oleh para peneliti menghasilkan daftar item CSR yang seharusnya diungkapkan oleh sebuah entitas Islam (Sofyani dan Setiawan, 2015).

Penelitian lain menggunakan EII sebagai proksi pengukuran tanggung jawab sosial dilakukan di Malaysia, Bangladesh, dan Arab. Identitas etika dirumuskan sebagai komparabilitas antara etika ideal yang dikehendaki terhadap komunikasi atau pelaporan praktik etis yang dijalankan oleh perbankan berbasis syariah melalui *annual report* bank syariah (republika.com). EII terdiri dari 8 (delapan) dimensi yang terbagi menjadi dua lapisan, yang pertama yaitu komitmen terhadap Allah SWT dan Nabi Muhamad SAW. Lapisan yang kedua, komitmen terhadap kualitas dan inovasi layanan, debitur, karyawan, serta masyarakat.

Penelitian ini merupakan pengembangan penelitian sebelumnya karena dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan di Indonesia pada umumnya menggunakan indeks ISR dan indeks GRI sebagai proksi pengungkapan CSR, penelitian lain menggunakan EII sebagai proksi pengungkapan CSR yang dilakukan di Malaysia, Bangladesh, dan kawasan Arab. Saat ini belum diketahui dengan pasti apakah indeks EII, ISR, atau GRI yang lebih banyak diungkap pada laporan CSR perbankan berbasis syariah di Indonesia, sehingga pada penelitian ini akan menggunakan EII, ISR, dan GRI untuk mengukur indeks mana yang lebih banyak diungkap pada laporan CSR perbankan berbasis syariah di Indonesia.

Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam pendahuluan, menunjukkan bahwa penelitian tentang pelaporan CSR di sektor perbankan syariah sudah banyak dilakukan di Indonesia. Namun belum diketahui apakah indeks pengungkapan EII, ISR, atau GRI yang lebih mencerminkan

pengungkapan CSR perbankan berbasis syariah di Indonesia.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui indeks mana yang lebih banyak diungkapkan dalam Laporan CSR perbankan berbasis syariah di Indonesia, apakah EII, GRI, atau ISR?

Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat kepada pemerintah selaku otoritas yang berwenang menetapkan peraturan dengan menyajikan pertimbangan terkait dengan penyusunan peraturan dalam pengungkapan CSR khusus untuk industri perbankan berbasis syariah.

Tinjauan Pustaka

Teori Stakeholder

Menurut *Stakeholder Theory* (Chariri dan Ghozali, 2007), perusahaan merupakan entitas yang bukan hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun juga harus dapat menyumbangkan manfaat bagi para *stakeholder*-nya. Pemangku kepentingan tersebut mencakup para pemegang saham, kreditor, pemerintah, masyarakat, *customer*, *supplier*, analisis, dan berbagai pihak lain yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan. *Stakeholder* berpandangan bahwa suatu organisasi dengan lingkungan harus bersifat saling mempengaruhi. Hal tersebut termanifestasi ke dalam hubungan sosial berupa tanggungjawab sosial dan akuntabilitas (Khumaedi, 2016). Dengan demikian, keberadaan dan keberlanjutan sebuah perusahaan akan sangat dipengaruhi oleh dukungan dari para *stakeholder* kepada perusahaan yang bersangkutan (Putri, 2014).

Pelaporan CSR merupakan pengungkapan sukarela yang dilakukan perusahaan untuk menimbulkan citra positif dimata

para *stakeholder*. Selain sebagai bentuk pencitraan positif, CSR juga merupakan bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada para *stakeholder* sebagai bagian dari lingkungannya melalui pengungkapan informasi non keuangan.

Teori Legitimasi

Melalui CSR legitimasi sebuah perusahaan akan didapatkan atas keberadaannya di tengah-tengah masyarakat. Menurut Hadi (2011), legitimasi dapat dirumuskan sebagai sebuah sistem pengelolaan perusahaan dengan orientasi keberpihakan kepada masyarakat, pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat. Dengan legitimasi akan menyamakan persepsi bahwa sebuah tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas merupakan hal yang diharapkan, pantas, serta selaras dengan sistem norma, nilai kepercayaan, dan definisi yang dikembangkan secara sosial. Perusahaan berupaya untuk mengembangkan kesesuaian antara berbagai nilai sosial yang dikaitkan dengan kegiatan yang dilakukan serta norma-norma dari perilaku yang diterima di dalam sistem sosial yang lebih besar, dimana perusahaan beroperasi dan menjadi bagian daripadanya (Firmansyah, 2014).

Keberlanjutan sebuah perusahaan akan terus terjaga apabila masyarakat menyadari bahwa di dalam menjalankan kegiatan operasionalnya berbasis pada sistem nilai yang selaras dengan sistem nilai masyarakat dimana perusahaan tersebut berada. Teori legitimasi menghendaki agar perusahaan dapat meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunan untuk menggambarkan tanggung jawab lingkungan, sehingga mereka dapat diterima oleh masyarakat. Dengan adanya

legitimasi dari masyarakat diharapkan perusahaan akan dapat meningkatkan nilainya sehingga akan berdampak terhadap peningkatan laba. CSR juga menunjukkan jati diri Islam bahwa suatu bisnis tidak hanya berorientasi pada laba namun juga peduli terhadap sesama/lingkungan (Firmansyah, 2014).

Di era revolusi industri 4.0 saat ini masyarakat bersifat sangat dinamis. Sifat masyarakat yang demikian memunculkan permintaan atau kebutuhan yang terus menerus berubah, sehingga perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut. Untuk dapat diterima oleh masyarakat secara luas institusi harus lolos uji legitimasi dan relevansi. Hal ini dapat termanifestasi melalui sikap dan penerimaan masyarakat terhadap keberadaan institusi yang bersangkutan dan apabila penerimaan tersebut terwujud ke dalam bentuk penghargaan harus melalui persetujuan masyarakat.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Di permulaan tahun 1970 sudah mulai dikenal konsep tanggung jawab sosial bagi sebuah perusahaan. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan sekumpulan kebijakan dan praktik yang terkait dengan para *stakeholder*, berbagai nilai, kepatuhan terhadap aturan dan hukum yang berlaku, *reward* dari masyarakat, lingkungan, serta komitmen dari perusahaan untuk ikut serta berperan di dalam pelaksanaan pembangunan yang berkesinambungan. Dalam praktiknya perusahaan tidak hanya dituntut untuk dapat berfokus terhadap kepatuhan terhadap aturan dan hukum namun juga menghendaki kreativitas dari perusahaan di dalam pelaksanaannya. Dengan demikian

pelaksanaan dan tujuan dari CSR relevan dengan *triple bottom line*.

Contoh dari bentuk tanggung jawab tersebut bervariasi. Diantaranya melakukan berbagai kegiatan yang dilandasi upaya bagi terwujudnya peningkatan kesejahteraan masyarakat serta reservasi lingkungan, penyerahan beasiswa bagi anak yang tidak mampu serta dana bagi upaya untuk memelihara fasilitas umum, dan sumbangan bagi desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan memberikan kemanfaatan secara luas bagi masyarakat, khususnya yang keberadaannya di sekitar perusahaan. CSR merupakan fenomena terkait dengan strategi perusahaan yang mengakomodasikan kebutuhan dan kepentingan para *stakeholder*-nya.

Apakah CSR akan berdampak positif bagi masyarakat, akan sangat bergantung dari orientasi dan kemampuan dari lembaga serta organisasi lainnya, terutama pihak pemerintah. Peran pemerintah di dalam memberikan dukungan terhadap CSR mencakup upaya untuk mengembangkan kebijakan yang bertujuan menyehatkan pasar, keterlibatan sumber daya, dukungan politik bagi pelaku CSR, serta penciptaan motivasi dan peningkatan kompetensi bagi perusahaan. Di Indonesia pelaksanaan CSR juga memerlukan dukungan dari pemerintah daerah, kepastian terhadap hukum dan berbagai aturan yang berlaku, serta jaminan terhadap ketertiban sosial. Pemerintah dapat memainkan peran pentingnya tanpa harus melakukan regulasi di tengah situasi hukum dan politik pada saat ini. Dengan permasalahan kemiskinan dan keterbelakangan yang tengah dihadapi bangsa Indonesia, pemerintah harus dapat berfungsi sebagai koordinator bagi penanganan krisis melalui berbagai kegiatan CSR yang dijalankan

perusahaan. Hal ini dilakukan dengan cara menetapkan bidang-bidang penanganan yang menjadi fokus. Untuk selanjutnya, pemerintah memfasilitasi, mendukung, dan memberikan *reward* kepada perusahaan yang bersedia untuk terlibat di dalam upaya signifikan tersebut. Pemerintah juga ikut mengawasi proses interaksi antara pelaku-pelaku usaha dan berbagai kelompok lainnya untuk mencapai proses interaksi yang lebih *fair* dengan tidak melibatkan proses manipulasi atau pengancaman dari satu pihak yang dilakukan terhadap pihak lainnya (Mamonto, 2015).

Terdapat tiga model dalam CSR, yang pertama model kewarganegaraan perusahaan dari CSR (*corporate citizenship model of CSR*). Model ini sering kali muncul ketika terdapat seorang pemimpin kuat yang memiliki rasa tanggung jawab dan rasa kedekatan dengan komunitasnya. Kedua, model kontrak sosial dari CSR (*social contract model of CSR*) yang berpendapat bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab untuk menghargai hak-hak moral berbagai pemegang kepentingan perusahaan. Ketiga, model kepentingan pribadi yang tercerahkan dari CSR (*enlightened self-interest model of CSR*) yang menyatakan bahwa pelibatan tanggung jawab sosial perusahaan ke dalam budaya organisasi yang diterapkan akan dapat mewujudkan keunggulan pasar yang bersifat kompetitif bagi perusahaan, sesuatu yang menghasilkan *image* positif bagi merk perusahaan saat ini yang akan terus berlanjut dimasa mendatang (Hartman dan Desjardins, 2008:156).

Perbankan Syariah

Dalam kerangka API (Arsitektur Perbankan Indonesia), sistem perbankan di Indonesia dikembangkan dalam kerangka *dual-*

banking system atau sistem perbankan ganda untuk memberikan alternatif jasa perbankan yang semakin lengkap kepada masyarakat. Diharapkan baik sistem perbankan syariah maupun konvensional secara sinergis dapat mendukung mobilisasi dana masyarakat yang lebih luas dalam rangka meningkatkan kemampuan pembiayaan bagi berbagai sektor perekonomian nasional di Indonesia.

Karakteristik sistem perbankan syariah yang kegiatan operasionalnya berbasis prinsip bagi hasil yang disertai dengan macam produk serta variasi layanan jasa dengan skema keuangan yang lebih beragam dapat menghasilkan alternatif sebagai sistem perbankan yang saling menguntungkan baik antara masyarakat dengan bank, menonjolkan aspek keadilan di dalam bertransaksi, investasi berbasis beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, serta menghindari kegiatan spekulatif di dalam menjalankan transaksi keuangan.

Untuk memberikan basis bagi cara pandang terhadap perbankan syariah di Indonesia, Bank Indonesia merumuskan “Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia” di tahun 2002. Dalam merumuskan cetak biru tersebut, Bank Indonesia mempertimbangan berbagai aspek. Aspek-aspek tersebut mencakup kondisi nyata perbankan berbasis syariah yang ada, kecenderungan perkembangan sistem keuangan berbasis syariah serta perkembangan industri perbankan berbasis syariah di lingkup internasional. Selain itu mempertimbangkan pula sistem keuangan dengan lingkup yang lebih bersifat makro semacam Arsitek Perbankan Indonesia (API) maupun Arsitektur Sistem Keuangan

Indonesia (ASKI), serta *international best practices* yang yang berlaku di lingkup internasional.

Ethical Identity Index (EII)

EII dikembangkan oleh Haniffa dan Hudaib yang dipublikasikan di *Journal of Business* pada tahun 2007. Haniffa dan Hudaib (2007) menyatakan bahwa bank syariah merupakan organisasi yang tujuan sosialnya minimal harus sama pentingnya dengan tujuan dalam memperoleh laba. Bank syariah harus memiliki “*ethical identity*” dan diharapkan mampu menjalankan tanggung jawab sosialnya dengan lebih baik dibandingkan bank konvensional. Haniffa dan Hudaib (2007) membagi etika ideal menjadi delapan dimensi. Dimensi pertama hingga keempat meliputi visi dan misi, dewan komisari dan manajemen puncak, produk dan layanan, serta zakat, sedekah, dan pinjaman kebajikan. Dimensi kelima hingga kedelapan meliputi komitmen terhadap karyawan, komitmen terhadap debitur, komitmen terhadap masyarakat, serta Dewan Pengawas Syariah.

Global Reporting Initiative (GRI)

GRI didirikan oleh CERES bersama dengan *United Nations Environment Program* (UNEP) di tahun 1997 di USA yang pada awalnya berbasis di Boston, Massachusetts. Di tahun 2002, GRI memindahkan kantor pusatnya ke Amsterdam.

Generasi pertama GRI diluncurkan di tahun 2000, generasi kedua di tahun 2002, dan generasi ketiga yang disebut GRI G3 ditahun 2006. Pada GRI G3 diharuskan memenuhi berbagai tipe standar pelaporan, meliputi profil organisasi, indikator kinerja, dan pendekatan manajemen. Selanjutnya GRI meluncurkan pedoman GRI G3.1 yang merupakan penyempurnaan

generasi ke 3 dari pedoman laporan keberlanjutan versi GRI yang diluncurkan di tahun 2011 dengan memperluas pedoman dalam pelaporan hak asasi manusia, dampak masyarakat setempat, dan jenis kelamin. GRI yang kini telah memasuki generasi G4 dirancang untuk menjadi universal yang berlaku untuk semua organisasi besar dan kecil di seluruh dunia. GRI G4 pertama kali diluncurkan di Amsterdam, Belanda, pada tanggal 22 Mei 2013.

Islamic Social Reporting (ISR)

Menurut Haniffa (2002), ISR memiliki dua tujuan utama, yakni sebagai manifestasi akuntabilitas kepada Allah SWT dan masyarakat serta untuk meningkatkan transparansi aktivitas bisnis melalui penyajian informasi yang relevan dan selaras dengan kebutuhan spiritual para pengguna dan pembuat keputusan yang akan digunakan sebagai bahan pertimbangan terhadap kegiatan operasional perbankan syariah yang bersangkutan.

Indeks ISR merupakan pijakan bagi penilaian kinerja perbankan berbasis syariah yang didalamnya terdapat berbagai item standar CSR yang ditetapkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*) yang selanjutnya dikembangkan oleh para peneliti menghasilkan daftar item yang seharusnya diungkapkan oleh suatu entitas Islam. ISR terdiri dari 6 (enam) kategori pengungkapan, yaitu investasi dan keuangan (*financing and investment*), produk dan jasa (*products and services theme*), tenaga kerja (*employees theme*), sosial (*social*), lingkungan (*environment*) dan *corporate governance theme* (Sofyani dan Setiawan, 2015).

Metode Penelitian

Pengukuran Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah pengungkapan CSR yang diukur dengan 3 (tiga) indeks pengungkapan, yakni GRI, ISR, dan EII. Pengukuran variabel dilakukan dengan membandingkan jumlah skor pengungkapan yang telah dipenuhi dengan jumlah skor pengungkapan yang seharusnya.

Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan populasi seluruh Bank Umum Syariah yang terdaftar di Bank Indonesia. Pemilihan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang bersifat lebih representatif sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Kriteria yang digunakan untuk memilih sampel adalah sebagai berikut :

1. Bank Umum Syariah (BUS) yang beroperasi secara nasional.
2. BUS yang mempublikasikan data laporan tahunan sekurang-kurangnya 3 (tiga) tahun berturut-

turut dalam periode penelitian 2013-2015.

Metode Analisis

Analisis Isi (Content Analysis)

Menurut Holsti (1969:28), analisis isi adalah suatu teknik membuat kesimpulan dengan cara mengidentifikasi karakteristik-karakteristik pesan tertentu secara objektif dan sistematis. Penelitian ini menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*) dengan pendekatan *scoring* atau pembobotan dalam rangka menilai kinerja sosial yang dilaksanakan dan dilaporkan oleh objek penelitian. Setiap pelaksanaan dan pelaporan aktivitas sosial oleh objek penelitian akan diberi nilai (skor) “1” dan nilai “0” jika tidak melaporkannya.

Hasil dan Pembahasan

Objek Penelitian

Jumlah perusahaan yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sampel adalah 11 (sebelas) BUS di Indonesia dengan proses seleksi sebagai berikut :

Tabel 1
Kriteria Pemilihan Sampel

Keterangan	Jumlah
BUS yang beroperasi secara nasional	11
BUS yang mempublikasikan data laporan tahunan sekurang-kurangnya 3 (tiga) tahun berturut-turut dalam periode penelitian 2013-2015	11
Sampel penelitian	11
Sampel penelitian keseluruhan 2013-2015	33

Sumber : Data sekunder diolah, 2017

BUS yang masuk sebagai objek penelitian meliputi Maybank Syariah Indonesia, Bukopin Syariah, Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, BNI

Syariah, Bank Muamalat Indonesia, BJB Syariah, BCA Syariah, Bank Victoria Syariah, Bank Mega Syariah Indonesia, dan Panin Bank Syariah.

Content Analysis

Global Reporting Initiative (GRI)

Tabel 2
Deskripsi Global Reporting Initiative

GRI	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Standar Deviasi
2013	28,19	34,90	31,36	1,99298
2014	30,87	37,58	33,62	1,93248
2015	32,21	37,58	34,05	1,64644

Sumber : Data sekunder diolah, 2017

Nilai rata-rata (*mean*) GRI di tahun 2013 sebesar 31,36. Tahun 2014 meningkat sebesar 2,26%. Di tahun 2015 meningkat sebesar 0,43%, namun nilai maksimumnya stabil. Nilai rata-rata GRI yang di setiap tahunnya mengalami peningkatan mengindikasikan bahwa perbankan syariah mengalami kemajuan dalam pengungkapan

tanggung jawab sosial perusahaan di dalam laporan tahunannya.

GRI terbagi menjadi 2 (dua) standar, yaitu standar umum dan standar khusus. Standar umum GRI G4 terdiri dari 6 (enam) tema yang terbagi ke dalam 58 item. Standar khusus GRI G4 terdiri dari 6 (enam) tema yang terbagi ke dalam 91 item, sehingga jumlah keseluruhan item GRI G4 ada 149.

Tabel 3
Content Analysis GRI Bank Umum Syariah di Indonesia

Standar Umum		
No.	Tema pengungkapan GRI	Persentase Pengungkapan
1.	Strategi dan analisis	1,34
2.	Profil organisasi	6,89
3.	Komitmen terhadap inisiatif eksternal	12,08
4.	<i>Corporate governance</i>	3,518
5.	Remunerasi dan insentif	0,87
6.	Etika dan integritas	0,67
Jumlah pengungkapan standar umum		25,38
Standar Khusus		
1.	Kategori ekonomi	3,34
2.	Kategori lingkungan	0,79
3.	Kategori sosial	1,44
4.	Hak asasi manusia	0
5.	Masyarakat	1,40
6.	Tanggung jawab atas produk	0,85
Jumlah pengungkapan standar khusus		7,83
Jumlah standar umum + standar khusus		33,21

Sumber : Data sekunder data diolah, 2017

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai pengungkapan standar umum GRI G4 lebih tinggi dibandingkan standar khusus. Tema dengan nilai tertinggi adalah komitmen terhadap inisiatif eksternal yang merupakan bagian dari standar umum. Hal ini dikarenakan hampir semua item pada tema tersebut disajikan dalam laporan tahunan bank syariah.

Diurutan kedua adalah tema profil organisasi yang merupakan bagian dari standar umum. Item-item pada tema profil organisasi hampir

semua dilaporkan pada laporan tahunan, namun ada beberapa item, seperti persentase total karyawan yang tercakup pada perjanjian kerja yang tidak dilaporkan oleh sebuah bank, persentase total karyawan yang tercakup dalam perjanjian kerjasama dan rantai pasokan organisasi oleh dua bank, dan rantai pasokan organisasi oleh sebuah bank.

Diurutan ketiga adalah tema *corporate governance* yang merupakan bagian dari standar umum. Sementara diurutan keempat

adalah kategori ekonomi yang merupakan bagian dari standar khusus. Diurutan terakhir adalah tema Hak Asasi Manusia yang merupakan bagian dari standar

khusus dengan nilai 0%. Semua item dalam tema tersebut tidak satupun yang disampaikan di dalam laporan tahunan BUS.

Islamic Social Reporting (ISR)

Tabel 4
Deskripsi Islamic Social Reporting

ISR	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Standar Deviasi
2013	34,88	62,79	50,53	8,20
2014	30,23	62,79	50,74	9,30
2015	34,88	62,79	53,70	8,02

Sumber : Data sekunder diolah, 2017

Nilai rata-rata (*mean*) ISR di tahun 2013 sebesar 50,53. Tahun 2014 nilai rata-rata ISR meningkat sebesar 0,21%, namun nilai minimumnya mengalami penurunan. Di tahun 2015 nilai rata-rata ISR meningkat sebesar 2,96%. Tabel 4

menunjukkan nilai maksimum di ketiga tahun tersebut bersifat stabil. Dengan nilai rata-rata ISR di setiap tahunnya mengalami peningkatan mengindikasikan bahwa perbankan syariah mengalami kemajuan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di dalam laporan tahunannya.

Tabel 5
Content Analysis ISR Bank Umum Syariah di Indonesia

No.	Tema	Persentase Pengungkapan
1.	Keuangan dan investasi	9,44
2.	Produk dan jasa	6,13
3.	Karyawan	13,53
4.	Masyarakat	15,72
5.	Lingkungan	2,40
6.	<i>Corporate governance</i>	4,30
Jumlah		51,52

Sumber : Data sekunder data diolah, 2017

ISR terdiri dari 6 (enam) tema yang terbagi ke dalam 43 item. Tabel 5 menunjukkan bahwa tema ISR dengan pengungkapan tertinggi adalah masyarakat. Pada item-item tersebut terdapat 2 (dua) item yang tidak disertakan dalam laporan tahunan BUS di Indonesia, yaitu item wakaf, *qard hassan*, dan program pensiun kerja. Diurutan kedua adalah tema karyawan. Item-item yang tidak disampaikan di dalam laporan tahunan, yaitu minat khusus kelompok lainnya (misalnya cacat, mantan narapidana, mantan

pecandu narkoba), eselon yang lebih tinggi di perusahaan melakukan shalat berjamaah dengan yang lebih rendah dan manajer tingkat menengah, karyawan muslim diizinkan untuk melakukan shalat wajib mereka dan puasa selama ramadhan pada hari kerja, serta tempat ibadah yang tepat bagi karyawan.

Diurutan ketiga adalah tema keuangan dan investasi. Item-item yang tidak pernah dilaporkan, yaitu aktivitas riba dan *gharar*. Diurutan keempat adalah tema produk dan

jasa. Pada dimensi produk dan jasa hanya beberapa BUS yang melaporkan item keluhan pelanggan. Diurutan kelima adalah tema *corporate governance*. Item-item yang tidak dilaporkan yaitu item kepemilikan (jumlah pemegang

muslim dan kepemilikan sahamnya), serta dewan struktur muslim dan non muslim. Diurutan terakhir adalah tema lingkungan. Item-item yang tidak dilaporkan, yaitu satwa liar langka, pencemaran lingkungan, dan audit lingkungan.

Ethical Identity Index (EII)

Tabel 6
Statistik Deskriptif Ethical Identity Index

EII	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Standar Deviasi
2013	62,50	80,00	72,50	6,12
2014	60,00	80,00	71,59	6,73
2015	62,50	80,00	72,27	6,07

Sumber : Data sekunder diolah, 2017

Nilai rata-rata (*mean*) EII di tahun 2013 sebesar 72,50. Tahun 2014 nilai rata-rata EII menurun sebesar 0,91%, dengan nilai minimum yang juga mengalami penurunan. Di tahun 2015 nilai rata-rata EII meningkat sebesar 0,68%. Tabel 6 menunjukkan nilai

maksimum di ketiga tahun tersebut bersifat stabil. Dengan nilai rata-rata EII di setiap tahunnya mengalami peningkatan mengindikasikan bahwa perbankan berbasis syariah mengalami kemajuan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial di dalam laporan tahunannya.

Tabel 7
Content Analysis EII Bank Umum Syariah di Indonesia

No.	Dimensi	Persentase Pengungkapan
1.	Pernyataan visi dan misi	10,45
2.	Direksi dan Top Manajemen	14,09
3.	Produk dan layanan	3,33
4.	Zakat, amal, dan dana kebajikan	10,08
5.	Komitmen terhadap karyawan	9,62
6.	Komitmen terhadap debitur	2,73
7.	Komitmen terhadap pelanggan	6,82
8	Dewan pengawas syariah	15,00
Jumlah		72,12

Sumber : Data sekunder data diolah, 2017

EII terdiri dari 8 (delapan) dimensi yang terbagi ke dalam 40 item. Tabel 7 menunjukkan bahwa hasil pengungkapan EII tertinggi adalah dimensi Dewan Pengawas Syariah. Terdapat 2 (dua) item yang tidak tersaji, yaitu item anggota remunerasi Dewan Pengawas Syariah dan item mengenai apakah ada cacat produk yang ditawarkan dan jika ada, apa yang mereka

rekomendasikan untuk memperbaiki cacat dan tindakan yang diambil manajemen. Diurutan kedua adalah dimensi Direksi dan Top Manajemen. BUS telah menyertakan dimensi tersebut di dalam laporan tahunannya kecuali pada item komposisi pejabat eksekutif dan non eksekutif, ada beberapa bank yang tidak menyertakan informasi tersebut. Diurutan ketiga adalah

dimensi pernyataan visi dan misi. Pada dimensi ini semua BUS tidak ada yang menyatakan item komitmen untuk memenuhi hubungan kontrak dengan berbagai pemangku kepentingan melalui pernyataan kontrak, sekarang dan masa depan untuk melayani kebutuhan komunitas muslim.

Diurutan keempat adalah dimensi zakat, amal, dan dana kebajikan. Pada dimensi ini hampir semua item diungkapkan oleh bank hanya item yang terakhir yaitu item bank dalam penyediaan dana tersebut dan bagaimana dana yang tidak dibayarkan tersebut akan ditangani, bank yang tidak membayarkan semua zakat dan dana kebajikannya tidak menyertakan bagaimana dana tersebut akan ditangani dan dikelola oleh bank. Diurutan kelima adalah dimensi komitmen terhadap

karyawan. Semua BUS mencantumkan item-item dimensi tersebut pada pelaporan sumber daya insani perusahaan. Diurutan keenam adalah dimensi komitmen terhadap pelanggan. Pada dimensi ini terdapat 1 (satu) item yang tidak dilaksanakan, yaitu item memiliki cabang perempuan. Diurutan ketujuh adalah dimensi produk dan layanan. Pada dimensi ini tidak ada yang menyertakan item keterlibatan dalam kegiatan yang tidak diizinkan, kemungkinan karena tidak ada yang melakukannya. Diurutan terakhir adalah dimensi komitmen terhadap debitur. Pada item kebijakan dan jenis hutang semua BUS telah menyertakannya di dalam laporan tahunan, sedangkan item jumlah hutang yang dihapuskan tidak semua BUS di Indonesia melaporkannya.

Perbandingan GRI, ISR, dan EII

Tabel 8
Deskripsi Indeks EII, GRI, dan ISR

Indeks	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Standar Deviasi
EII	60,00	80,00	72,12	6,13
ISR	30,23	62,79	51,66	8,38
GRI	28,19	37,58	33,01	2,16

Sumber: Data sekunder yang diolah 2017

Tabel 8 menunjukkan bahwa secara keseluruhan kinerja perbankan berbasis syariah di Indonesia tidak satupun yang melaksanakan aktivitas sosialnya secara sempurna (100%). Nilai rata-rata EII paling tinggi sebesar 72,12. Hal ini mengindikasikan bahwa EII mampu mengungkapkan tanggung jawab sosial perbankan berbasis syariah secara lebih optimal dibandingkan indeks ISR dan GRI. Di urutan kedua adalah ISR dengan nilai rata-rata sebesar 51,66. Hal ini dimungkinkan karena perbankan berbasis syariah di Indonesia belum mengadopsi ISR sebagai indeks pengungkapan tanggung jawab sosial

perusahaannya. Terendah adalah GRI dengan nilai rata-rata sebesar 33,02. Hasil tersebut menunjukkan meskipun perbankan berbasis syariah di Indonesia menggunakan GRI G4 sebagai pedoman pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan namun banyak item-item pengukuran pada GRI tidak dilaksanakan, selain itu GRI tidak cocok sebagai indeks pengungkapan tanggung jawab sosial untuk perbankan berbasis syariah karena di dalam GRI tidak terdapat item mengenai zakat yang merupakan hal wajib bagi perbankan berbasis syariah.

Penutup
Kesimpulan

Item-item pada Indeks EII paling tinggi pengungkapannya. Hal ini mengindikasikan bahwa 8 (delapan) dimensi yang terbagi ke dalam 40 item EII mampu mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan perbankan berbasis syariah secara optimal dibandingkan dengan ISR dan GRI. Meskipun AAOIFI sudah mewajibkan sektor syariah untuk mengadopsi Indeks ISR, namun pada kenyataannya perbankan berbasis syariah di Indonesia belum mengadopsi ISR sebagai kiblat pengungkapan CSR. Sedangkan GRI kurang tepat untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial, karena indeks GRI belum menggambarkan prinsip-prinsip Islam.

Keterbatasan dan Saran

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah munculnya kesubjektifan dalam penentuan skor *content analysis* pada pengungkapan tanggung jawab sosial Bank Umum Syariah di Indonesia. Berdasarkan keterbatasan penelitian, saran untuk penelitian selanjutnya adalah lebih memahami item-item pada setiap indeks pengukuran CSR, sehingga meminimalisir kesubjektifan dalam penentuan skor *content analysis* dari tanggung jawab sosial.

Daftar Pustaka

- Aji, I., (2014), Pengelolaan Dana Non Halal untuk Pemberdayaan Masyarakat Menurut Islam, mysharing.com (diakses pada 3 Januari 2017).
- Andraeny, D, (2016), Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan : Studi Empiris pada Bank Syariah di Indonesia, *Jurnal EKA CIDA*, Vol. 1, No. 1.
- BI, Sekilas tentang Perbankan Syariah di Indonesia, Tersedia di <http://www.bi.go.id/id/perbank-an/syariah/Contents/Default.aspx> diakses pada 20 Januari 2017.
- BI, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Tersedia di http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU_21_08_Syariah.pdf diakses pada 20 Januari 2017
- Cahya, B. A., (2011), Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, *Economic : Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, Vol. 1, No. 1.
- Firmansyah, I, (2014), ISR Sebagai Proksi Pengungkapan CSR Bank Muamalat Indoneisa dan Bank Syariah Mandiri, *Jurnal Ilmiah Esai*, Vol. 8, No. 1.
- Fitria, Soraya dan Dwi Hartanti, (2010), Islam dan Tanggung Jawab Sosial : Studi Perbandingan Pengungkapan Berdasarkan Global Reporting Indeks dan Islamic Social Reporting Indeks, *Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto*.
- Hadi, N., (2011), *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Haniffa, R., (2002). Social Reporting Disclosure-An Islamic Perspective. *Indonesian Management and Accounting Research*, 1, 128-146.
- Haniffa, R. dan M. Hudaib., (2004). Disclosure Practise of Islamic Financial Institutions: An Exploratory Study. *Working Paper No. 04/32, Bradford School of Management*, University of Bradford: UK.
- Haniffa, R, dan M. Hudaib, (2007). Exploring the Ethical Identity

- of Islamic Banks via Communication in Annual Reports, *Journal of Business Ethics*. 13 (3), 75-88.
- Hartman, L. P. dan Desjardin, Joe. (2008), *Etika Bisnis*, Jakarta : Erlangga
- Hendrawan, D., (2014), Analisis Hubungan *Corporate Financial Performance* dan *Corporate Social Responsibility* pada Perbankan Syariah di Indonesia, Semarang.
- Holsti, O. R., (1969), *Content Analysis for the Social Science and Humanities*, Reading, Massachusetts : Addison Wesley Publishing.
- Junaidi, (2015), Analisis pengungkapan CSR Perbankan Syariah di Indonesia Berdasarkan Islamic Social Reporting Index, *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, Vol. 16, No. 1.
- Kartini, D. (2009), *Corporate Social Responsibility, Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*, Cetakan Pertama, Penerbit : Refika Aditama, Jakarta.
- Khumaedi, R. A., (2016), Pengaruh Kinerja Lingkungan, Ukuran Perusahaan, Tipe Industri, dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengukuran *Corporate Social Responsibility*, Semarang.
- Latan, H., (2014), *Aplikasi Analisis Data Statistik Untuk Ilmu Sosial Sains*, Bandung : Alfabeta.
- Mansur, S., (2012), Pelaporan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory, Makassar : Universitas Hasanuddin.
- Mamonto, T., (2015), Analisis Implementasi Corporate Social Responsibility pada PT PELINDO IV (PERSERO), Makassar : Universitas Hasanuddin
- Othman, R dan A. R. Thani, (2010), Islamic Social Reporting of Listed Companies in Malaysia. *International Journal of Applied Business and Economic Research*.
- Purwitasari, F., (2011), Analisis Pelaporan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory, Semarang : Universitas Diponegoro.
- Putri, R. R., (2014), Hubungan Antara Corporate Social Responsibility dan Kinerja Keuangan Industri Keuangan Syariah di Indonesia, Semarang : Universitas Diponegoro.
- Rahman, R., (2009), *Corporate Social Responsibility : Antara Teori dan Kenyataan*, Media Pressindo, Yogyakarta.
- Ramdania, (2013), Bank Syariah ini Bergelar Jagonya Ekonomi Wong Cilik : m.dream.co.id (diakses pada 3 Januari 2017)
- Rangkuti, F., (2009), Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication, Penerbit : PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rashid, Mamunur et al., (2013), Customer-Centric Corporate Social Responsibility A Framework for Islamic Banks on Ethical Efficiency, *Emerald Insight*, Vol. 36, No. 4.

- Rusdianto, U., 2013, *CSR Communications A Framework for PR Practitioners*, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit : Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Sofyani, H dan A. Setiawan, (2015), *Perbankan Syariah dan Tanggung Jawab Sosial : Sebuah Studi Komparasi Indonesia dan Malaysia dengan Pendekatan Islamic Social Reporting dan Global Reporting Intiative Index*, Dipresentasikan pada Forum Dosen Ekonomi Islam Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
- Syukron, A, (2015), *Tanggung Jawab Sosial dan Kinerja Keuangan pada Bank Umum Syariah di Indonesia*, *Economic : Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, Vol. 5, No. 2.
- Theodorus, B., dkk., (2016), *Analisis Penerapan Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Bank Cenntral Asia*, *Jurnal Berkala Ilmiah*, Vol. 16, No. 04.
- Wiyono, S dan P. S. Amalia, (2015), *Analisis Perbandingan Antara Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Bank Syariah dan Indeks Islamic Social Reporting*.
- Wulandari, S. A., (2014), *Perbedaan Tingkat Pengungkapan Islamic Social Reporting Perbankan Syariah di Indonesia dan Malaysia*, *Artikel Ilmiah Mahasiswa*.
- Zaki, A. dan M. Sholihin, (2012), *Identitas Etika Bank Syariah*, Tersedia di Republika.com (30 Mei 2012).