

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* adalah sebuah teori yang menjelaskan tentang perusahaan sebagai suatu entitas tidak hanya beroperasi untuk kepentingan perusahaan tersebut, tetapi harus memberikan suatu manfaat juga kepada *stakeholder*-nya (*supplier*, konsumen, masyarakat, pemerintah, pemegang saham, dan pihak-pihak lainnya). Teori ini dalam hubungannya dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah lingkungan perusahaan/ bank merupakan sarana sukses bagi perusahaan untuk menegosiasikan hubungannya dengan *stakeholder*-nya (Sopiani, 2014).

Maka dari itu perusahaan perbankan tidak melepaskan diri dari lingkungan sosial. Bank perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan bank yaitu stabilitas usaha dan jaminan keberlangsungan bank tersebut.

Teori *stakeholder* secara eksplisit mempertimbangkan akan dampak kebijakan pengungkapan perusahaan ketika ada perbedaan kelompok *stakeholder* dalam sebuah perusahaan. Pengungkapan informasi oleh perusahaan dijadikan alat manajemen untuk mengelola kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh berbagai kelompok (*stakeholder*). Oleh

karena itu, manajemen mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan ini dalam rangka mengelola *stakeholder* agar perusahaan mendapat dukungan mereka. Dukungan tersebut dapat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan (Gray, dkk., 1995).

2. Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan salah satu teori yang dapat menjadi dasar dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Teori legitimasi merupakan dasar dari perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR karena teori legitimasi dipandang sebagai *perspective orientation system*, yaitu perusahaan dapat mempengaruhi maupun dipengaruhi oleh komunitas dimana perusahaan melakukan kegiatannya. Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan tersebut tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan menjalankan setiap aktivitasnya.

Penggunaan teori legitimasi memiliki implikasi bahwa program CSR dilakukan perusahaan perbankan dengan harapan untuk mendapatkan nilai positif dan mendapat legitimasi dari nasabah atau masyarakat sekitar. Hal ini berarti apabila bank mendapatkan legitimasi dari nasabah atau masyarakat sekitar, maka perusahaan dapat terus bertahan dan terus berkembang di tengah-tengah masyarakat sekitar serta mendapatkan keuntungan dimasa mendatang (Sopiani, 2014).

3. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

CSR (Corporate Social Responsibility) adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan perusahaan/ bank sebagai sebuah rasa tanggung jawab perusahaan/ bank terhadap sosial dan lingkungan dimana perusahaan/ bank tersebut beroperasi, seperti menjaga daerah/ lingkungan dan melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan warga sekitar, sumbangan untuk membangun fasilitas umum yang belum ada di daerah sekitar perusahaan/ bank yang dekat dengan masyarakat, memberikan dana untuk memelihara fasilitas umum yang sudah dibangun, dan membarikan beasiswa untuk anak tidak mampu khususnya kepada anak yang berada disekitar perusahaan/ bank tersebut.

Menurut Januarti dan Apriyanti (2006) tanggung jawab sosial merupakan suatu bentuk organisasi yang tidak hanya menyediakan berbagai kebutuhan barang dan jasa yang baik bagi masyarakat saja, akan tetapi juga turut serta memberikan kontribusi yang positif bagi kesejahteraan komunitasnya.

Sementara menurut Anatan (2010) CSR merupakan salah satu wujud partisipasi dunia usaha dalam pembangunan berkelanjutan untuk mengembangkan program kepedulian perusahaan kepada masyarakat sekitarr melalui penciptaan dan pemeliharaan keseimbangan antara mencetak keuntungan, fungsi-fungsi sosial, dan pemeliharaan lingkungan hidup. Contoh sederhana pelaksanaan CSR adalah dengan menghasilkan produk aman, tidak berbahaya bagi kesehatan, dan ramah lingkungan.

Seperti membuat sumur serapan, penyaluran limbah yang baik, dan pembatasan penggunaan AC dan listrik.

4. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), diluar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas di banding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Gray et.al., dalam Sembiring, 2005).

Undang-undang No. 40 tahun 2007 pasal 66 ayat (2) tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan. Namun demikian, item-item CSR yang diungkapkan perusahaan merupakan informasi yang masih bersifat sukarela (*voluntary*).

Adapun tujuan dari *corporate social responsibility* adalah (Saputri, 2011):

- a. Untuk meningkatkan citra perusahaan dan mempertahankan biasanya secara implisit asumsi bahwa perilaku perusahaan secara fundamental adalah baik.

- b. Untuk membebaskan akuntabilitas organisasi atas dasar asumsi adanya kontak sosial diantara organisasi dan masyarakat. Keberadaan kontak sosial menuntut dibebaskannya akuntabilitas sosial.
- c. Sebagai perpanjangan dari pelaporan keuangan tradisional dan tujuan adalah untuk memberikan informasi kepada investor.

Untuk itulah maka pertanggungjawaban sosial perusahaan (CSR) perlu diungkapkan dalam perusahaan sebagai wujud pelaporan tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

5. Bank Syariah

Bank syariah merupakan lembaga perbankan yang dijalankan dengan prinsip syariah. Dalam setiap aktivitas usahanya, bank syariah selalu menggunakan hukum-hukum Islam yang tercantum di dalam Al-Qur'an dan Hadist. Berbeda dengan bank konvensional yang mengandalkan sistem bunga, bank syariah lebih mengutamakan sistem bagi hasil, sistem sewa, dan sistem jual beli yang tidak menggunakan sistem riba sama sekali.

Pengertian bank syariah menurut para ahli:

a. Siaman Dahlam

Menurut Siaman Dahlam, bank syariah merupakan bank yang menjalankan usaha perbankan dengan berdasar ataupun memperhatikan prinsip-prinsip syariah yang tertuang dalam Al-Qur'an dan Hadist.

b. Sudarsono

Menurut Sudarsono, bank syariah merupakan salah satu lembaga keuangan negara yang memberikan kredit dan jasa-jasa perbankan lainnya di dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang yang beroperasi dengan berdasarkan prinsip-prinsip agama Islam ataupun prinsip syariah.

c. Perwataanmadja

Menurut Perwataanmadja, pengertian bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan mengikuti prinsip-prinsip syariah ataupun Islami yang tata cara pelaksanaannya di dasarkan pada ketentuan Al-Qur'an dan Hadist.

Fungsi Bank Syariah

1) Penghimpun Dana

Sama seperti halnya bank umum, bank syariah memiliki fungsi utama sebagai penghimpun dana dari masyarakat. Bedanya, jika pada bank konvensional si penabung mendapatkan balas jasa berupa bunga, di bank syariah penabung akan mendapatkan balas jasa berupa bagi hasil.

2) Penyalur Dana

Fungsi utama bank syariah yang kedua adalah sebagai penyalur dana. Dana yang telah dihimpun dari nasabah, nantinya akan disalurkan kembali kepada nasabah lainnya dengan sistem bagi hasil.

3) Memberikan Pelayanan Jasa Bank

Fungsi bank syariah yang ketiga adalah sebagai pemberi layanan jasa perbankan. Dalam hal ini, bank syariah berfungsi sebagai pemberi layanan jasa seperti jasa transfer, pemindah bukuan, jasa tarikan tunai, dan jasa – jasa perbankan lainnya.

Perbedaan Antara Bank Syariah Dengan Bank Konvensional

No	Perbedaan	Bank Syariah	Bank Konvensional
1	Hukum	Syariat Islam berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist.	Hukum positif yang berlaku di Indonesia.
2	Orientasi	Keuntungan, kemakmuran dan kebahagiaan dunia akhirat.	Keuntungan (<i>profit oriented</i>) semata
3	Keuntungan	Bagi hasil	Bunga
4	Investasi	Usaha yang halal saja	Semua usaha
5	Keberadaan dewan pengawas	Ada	Tidak ada
6	Hubungan nasabah dan bank	Kemitraan	Kreditur dan debitur

6. CSR pada bank Syariah

Konsep CSR dalam Islam erat kaitannya dengan perusahaan-perusahaan yang menjalankan kegiatan bisnis sesuai dengan konsep syariah yang diharapkan perusahaan tersebut dapat melakukan tanggung jawab sosial perusahaannya secara Islami. Nilai-nilai Islam yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW juga dapat digunakan sebagai landasan dari tanggung jawab sosial perusahaan. Nabi Muhammad SAW merupakan utuas Allah

SWT untuk alam semesta, Allah SWT menurunkan Al-Qur'an melalui Nabi Muhammad SAW merupakan petunjuk bagi semua makhluk-Nya terutama manusia. Di dalam Al-Qur'an dipaparkan bahwa manusia dipercaya sebagai *khalifah* dimuka bumi. Sebagai *khalifah*, manusia memiliki tanggung jawab untuk memelihara seluruh ciptaan Allah SWT. Konsep CSR dalam Islam lebih ditekankan bahwa manusia sebagai *khalifah* yang wajib menjaga seluruh ciptaan Allah SWT dalam lingkup perusahaan.

Semakin banyaknya perusahaan/ bank yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaannya dalam konyeks Islam, maka semakin meningkat juga keinginan untuk membuat pelaporan tanggungjawab sosial perusahaan yang bersifat syariah. Dengan adanya kebutuhan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial di perbankan atau lembaga syariah, maka saat ini marak diperbincangkan mengenai *Islamic Social Reporting* (ISR). Pelaporan tanggung jawab sosial bersifat syariah dikembangkan dengan menggunakan *Islamic Social Reporting Index*. Indeks ISR merupakan tolak ukur pelaksanaan kinerja sosial perbankan syariah yang berisi kompilasi item-item standar CSR yang ditetapkan oleh *Accounting and Auditing Organization For Islamic Financial Intitutions* (AAOIFI).

Bank syariah memang sudah seharusnya melakukan kegiatan CSR seperti yang tercantum pada UU No. 40 tahun 2007 tersebut sebagai bagian dari kegiatan bisnis utamanya yang berarti dilaksanakan sebaik-baiknya dengan tujuan *sustainability* bank syariah, lingkungan dan

komunitas di sekitarnya. Menurut pengamatan penulis di lapangan, pelaksanaan CSR akan menjadi strategi bisnis yang bagus bagi bank syariah untuk menjaga dan meningkatkan daya saing melalui reputasi dan kesetiaan merk produk (loyalitas) atau citra bank syariah. Jadi, jika bank syariah ingin tetap mempertahankan eksistensinya dalam dunia perbankan nasional, tidak hanya keuntungan saja yang harus diperhatikan, namun juga harus mampu dan terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat ekonomi lemah khususnya di lingkungan di sekitarnya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengertian CSR dan gambaran umum CSR di perbankan syariah adalah tanggung jawab sosial perusahaan wajib dilakukan di perbankan syariah karena Islam mengajarkan dan memerintahkan untuk dapat berkontribusi dan memberikan jaminan kesejahteraan sosial dan lingkungan di sekitarr perusahaan itu berada.

7. Global Reporting Initiative G4

Salah satu sumber informasi yang dapat digunakan untuk mengetahui gambaran mengenai kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial perusahaan adalah laporan tahunan (*annual report*) maupun laporan keberlanjutan (*sustainability report*). Laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan digunakan perusahaan sebagai sarana pertanggungjawaban kepada publik. Laporan keberlanjutan merupakan laporan yang dapat menggambarkan sejauh mana tanggung jawab perusahaan terhadap para pemangku kepentingan. Untuk memudahkan dalam hal penyusunan

maupun memperbandingkan informasi yang tersedia di dalam laporan keberlanjutan maka dibutuhkan suatu pedoman. GRI menyediakan suatu pedoman pelaporan keberlanjutan secara berkala dipantau untuk memberikan panduan yang terbaik dan termutakhir bagi pelaporan keberlanjutan yang lebih efektif.

Pedoman GRI terbaru yang digunakan sebagai panduan bagi perusahaan di dalam penyusunan laporan keberlanjutan adalah *Global Reporting Initiative* generasi ke 4 (GRI-G4). GRI-G4 juga menyediakan panduan mengenai bagaimana menyajikan pengungkapan keberlanjutan dalam format yang berbeda, baik itu laporan keberlanjutan mandiri, laporan terpadu, laporan tahunan, laporan yang membahas norma-norma internasional tertentu, atau pelaporan online (sumber: www.globalreporting.org). Fitur yang ada di GRI-G4 menjadikan pedoman ini lebih mudah digunakan, baik bagi pelapor yang berpengalaman dan bagi mereka yang baru dalam pelaporan keberlanjutan dari sektor apapun dan didukung oleh bahan-bahan dan layanan GRI lainnya (sumber: www.globalreporting.org).

GRI G4 dikeluarkan pada tanggal 22 Mei 2013. Pedoman GRI G4 merupakan generasi ke empat yang dikeluarkan oleh GRI dan merupakan penyempurnaan bagi pedoman sebelumnya yaitu, GRI G3.1. Pedoman ini terdiri dari dua ikhtisar pengungkapan, yaitu standar umum dan standar khusus. Standar khusus mengatur mengenai pengungkapan yang dapat dilaporkan perusahaan yang dibagi ke dalam 3 kategori. Kategori

tersebut meliputi kategori ekonomi, lingkungan, dan sosial. Sedangkan dalam kategori sosial dibagi menjadi beberapa sub-kategori yang meliputi praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan kerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab atas produk. Kategori yang ada dalam GRI G4 memiliki beberapa indikator yang kemudian dapat digunakan sebagai penilaian pelaporan keberlanjutan (*sustainability report*). Belum adanya peraturan pemerintah yang mewajibkan perusahaan di Indonesia yang mengungkapkan CSR dalam laporan tersendiri. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan yang telah menyusun maupun membuat laporan keberlanjutan sebagian besar mengacu pada pedoman yang dikeluarkan oleh GRI.

Jenis pendekatan GRI-G4 melalui isi laporan tahunan dengan aspek-aspek penilaian tanggung jawab sosial yang dikeluarkan oleh GRI (*Global Reporting Initiative*) yang diperoleh dari website (www.globalreporting.org). Pemilihan standar GRI dikarenakan standar tersebut dapat memfokuskan pada standar pengungkapan berbagai kinerja sosial, ekonomi, dan lingkungan perusahaan dengan tujuan meningkatkan kualitas dan pemanfaatan *sustainability reporting*. Indikator kinerja di dalam standar GRI-G4 dibagi menjadi 3 komponen utama, yaitu lingkungan, ekonomi, dan sosial yang mencakup hak asasi manusia, tanggung jawab atas produk, masyarakat, dan praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan kerja dengan total indikator sebanyak 91 indikator (sumber: www.globalreporting.org).

8. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan faktor yang dapat membuat manajemen dapat dengan bebas dan fleksibel dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaannya kepada pemegang saham dan juga merupakan salah satu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

Berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan CSR adalah bahwa ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi, perusahaan/ bank menganggap tidak perlu lagi melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitasnya rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan/ bank, misalnya dalam lingkup sosial dan lingkungan, dengan demikian para investor akan menginvestasikan dananya ke perusahaan/ bank tersebut.

9. *Leverage*

Menurut Irmawati (2011) Rasio *leverage* adalah proporsi dari total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat risiko tak tertagihnya suatu utang.

Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dari pada

perusahaan/ bank dengan rasio *leverage* yang rendah. Semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosialnya, maka makin banyak informasi yang dapat diperoleh investor, hal ini dilakukan supaya investor dapat memperoleh keyakinan atas terjaminnya hak mereka sebagai kreditur (Anugerah, dkk., 2010).

10. CAR (*Capital Adequacy Ratio*)

Investor sebagai salah satu *stakeholder* perusahaan, akan melihat kinerja keuangan, misalnya dari profitabilitas perusahaan. Ketika profitabilitas menunjukkan kinerja keuangan yang baik (*profit*), dapat menjadi pertimbangan bagi investor untuk tetap memberikan dana bagi perusahaan/ bank. Dengan demikian, dana yang dimiliki perusahaan akan tersedia, dan perusahaan/ bank dapat melakukan kegiatan CSR sebagai bentuk tanggung jawab sosialnya terhadap *stakeholder* (masyarakat). Pengungkapan kinerja keuangan perusahaan perbankan dapat menggunakan rasio permodalan yang diukur dengan *Capital Adequacy Ratio* (CAR).

CAR adalah rasio yang memperlihatkan seberapa jauh aktiva bank yang mengandung risiko (surat berharga, kredit, penyertaan, dan tagihan pada bank lain) ikut dibiayai dari dana modal sendiri bank, disamping memperoleh dana dari sumber-sumber diluar bank, seperti dana masyarakat, pinjaman (utang) dan lain-lain (Dendawijaya: 2009, 121).

11. NPF/ NPL (*Non Performing Financing/ Non Performing Loan*)

NPF/ NPL adalah tingkat pengembalian kredit yang diberikan deposan kepada bank, dengan kata lain NPF/ NPL merupakan tingkat kredit macet pada bank tersebut. Hasil dari NPF/ NPL didapat dari perhitungan antara pembiayaan tidak lancar terhadap total pembiayaan (Pratiwi, 2012).

Perusahaan/ bank dengan NPF/ NPL yang rendah (Salah satu ketentuan BI mengenai NPF/ NPL adalah bank-bank harus memiliki NPF/NPL kurang dari 5%) maka bank tersebut lebih banyak keuntungannya. Berbeda dengan bank yang NPF/ NPL yang tinggi, maka perusahaan/ bank tersebut akan mengalami kerugian akibat tingkat pengembalian kredit macet/ bermasalah. Sehingga kerugian yang diakibatkan oleh kredit macet/ bermasalah tersebut harus segera ditutupi dengan cara lebih fokus untuk mencari keuntungan (*profit*) dan membuat kegiatan CSR-nya akan dikesampingkan terlebih dahulu.

12. FDR/ LDR (*Financing to Deposit Ratio/ Loan to Deposit Ratio*)

FDR/ LDR adalah salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur likuiditas. Rasio ini digunakan untuk mengetahui kemampuan bank dalam membayar kembali kewajibannya kepada nasabah atau pihak ketiga. Semakin tinggi rasionya maka semakin tinggi tingkat likuiditasnya.

Dengan tingginya likuiditas perusahaan/ bank tersebut dapat dilihat bahwa perusahaan/ bank memiliki kondisi keuangan yang sehat. Perusahaan/ bank yang secara keuangan sehat lebih cenderung untuk

mengungkapkan tanggung jawab sosialnya secara lebih banyak dan luas karena ingin menunjukkan kepada *stakeholder* atau pihak eksternal bahwa perusahaan/ bank tersebut kredibel.

13. Proporsi Komisaris Independen

Dewan komisaris independen merupakan anggota dewan komisaris yang bukan merupakan anggota manajemen atau memiliki keterkaitan erat dengan perusahaan yang diharapkan dapat menciptakan keseimbangan kepentingan perusahaan/ bank dan *stakeholder* yang terlibat. Komisaris independen diharapkan tidak terpengaruh oleh manajemen sehingga dapat mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi perusahaan secara lebih luas. Semakin besar proporsi komisaris independen maka semakin luas pengungkapan informasi sosial dan lingkungan (Cynthia, 2013).

B. Penurunan Hpitiesis

1. Profitabilitas (ROA) terhadap Pengungkapan CSR

Perusahaan dikatakan baik apabila memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi. Profitabilitas merupakan suatu kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba untuk meningkatkan nilai pemegang saham serta membuat manajemen bebas untuk mengungkapkan CSR kepada pemegang saham, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosialnya. Penelitian ini menggunakan proksi *Return On Asset (ROA)* sebagai alat ukur karena rasio ini dapat mengukur sejauh mana perusahaan dibidang perbankan menghasilkan laba pada sejumlah aset tertentu.

Trisnawati (2014) menyatakan bahwa profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan & mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas.

Hasil penelitian Khairunnisa (2010) menunjukkan bahwa ROA yaitu rasio yang sering digunakan untuk mengukur profitabilitas bank lebih baik dan lebih stabil setelah menerapkan CSR pada bank muamalat. Hal ini karena citra bank semakin baik dalam pandangan masyarakat setelah bank tersebut melakukan kegiatan atau program-program CSR untuk masyarakat sehingga tingkat profitabilitas bank akan semakin tinggi dan keuangan bank akan semakin baik.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H1_a: Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) di bank syariah.

H1_b: Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) di bank konvensional.

2. *Leverage* terhadap pengungkapan CSR

Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dari pada perusahaan/ bank dengan rasio *leverage* yang rendah. Semakin luas pengungkapan, maka makin banyak informasi yang dapat diperoleh investor, hal ini dilakukan supaya investor dapat memperoleh keyakinan atas terjaminnya hak mereka sebagai kreditur (Anugerah, dkk., 2010).

Mia dan Al Mamun (2011) berpendapat bahwa perusahaan dengan *leverage* yang tinggi akan mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang makin banyak. Hal ini disebabkan perusahaan dengan *leverage* tinggi memiliki tekanan yang lebih besar dari bank, kreditur, investor sehingga perusahaan berupaya untuk melonggarkan tekanan ini dengan cara melakukan banyak *disclose* dengan

tujuan memberikan keyakinan ke bank, kreditur, dan investor bahwa perusahaan tidak melanggar *covenants* yang ada.

Penelitian Purnasiwi (2011) dan Cahya (2010) *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Akan tetapi tidak semua peneliti mendukung hubungan *leverage* dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini ditemukan oleh Sembiring (2003).

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H2_a: *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) di bank syariah.

H2_b: *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) di bank konvensional.

3. *Capital Adequacy Ratio* (CAR) terhadap pengungkapan CSR

Capital Adequacy Ratio merupakan rasio permodalan yang dapat menunjukkan kemampuan bank dalam menyediakan dananya untuk keperluan pengembangan usaha serta menampung kemungkinan risiko kerugian yang diakibatkan dalam pelaksanaan operasional perusahaan/ bank. Semakin besar rasio CAR maka akan semakin baik posisi modal (Kusumo, 2002).

Capital Adequacy Ratio (CAR) menunjukkan kemampuan bank untuk mempertahankan modal yang ada, memenuhi kecukupan modal, dan kemampuan manajemen bank dalam mengawasi, mengidentifikasi, mengukur, dan juga mengontrol risiko yang dapat mempengaruhi besarnya modal. Dengan semakin besarnya modal yang dimiliki oleh perusahaan/ bank, maka dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kinerja bank tersebut (Mawardi, 2005).

Salah satu cara untuk memuaskan para *stakeholders* adalah dengan melaporkan kinerja keuangan perusahaan/ bank, sehingga diharapkan perusahaan/ bank akan mendapatkan lebih banyak dana (modal) dari para *stakeholders*. Hal ini karena pengungkapan informasi CSR akan membutuhkan cukup banyak dana yang dapat mengurangi modal bank. Dengan semakin besarnya dana yang didapat oleh perusahaan/ bank, maka modal yang dimiliki akan semakin bertambah banyak dan diharapkan dana yang disalurkan oleh perusahaan/ bank tersebut untuk kegiatan CSR akan semakin meningkat (Kurniawansyah, 2013), sehingga bank dapat memberikan kegiatan atau program CSR yang lebih baik dan berkualitas untuk masyarakat.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H3_a: *Capital Adequacy Ratio* (CAR) berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di bank syariah.

H3_b: *Capital Adequacy Ratio* (CAR) berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di bank konvensional.

4. *Non Performing Financing* (NPF) terhadap pengungkapan CSR

Non Performing Financing (NPF) adalah kredit-kredit yang tidak memiliki performance yang baik dan diklasifikasikan sebagai kurang lancar, diragukan, dan macet. Perusahaan/ bank yang NPF-nya rendah, tidak perlu untuk menyediakan dana yang lebih banyak guna menutupi kerugian perusahaan/ bank yang disebabkan oleh kredit yang bermasalah/ macet (*non performing financing*). Sehingga, perusahaan/ bank dapat menggunakan dana yang tersedia untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Namun, ketika NPF perusahaan/ bank tersebut tinggi, kegiatan CSR perusahaan/ bank dapat berkurang. Ini karena dengan meningkatnya risiko kredit yang bermasalah yang ditanggung oleh bank, besar kemungkinan perusahaan/ bank akan lebih fokus menggunakan dana yang dimiliki untuk mengurangi kerugian yang diakibatkan oleh tingginya kredit macet bank tersebut (Kurniawansyah, 2013). Sehingga, dana yang tersedia untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan lebih sedikit dan tidak maksimal.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H4_a: *Non Performing Financing* (NPF) berpengaruh negatif terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR) di bank syariah.

H4_b: *Non Performing Loan* (NPL) berpengaruh negatif terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR) di bank konvensional.

5. *Financing To Deposit Ratio* (FDR) terhadap pengungkapan CSR

FDR adalah rasio antara jumlah kredit yang diberikan bank dengan dana yang diterima oleh bank. FDR ditentukan oleh perbandingan antara jumlah pinjaman yang diberikan dengan dana masyarakat yang dihimpun yaitu giro, simpanan berjangka (deposito), dan tabungan.

Rasio FDR adalah rasio yang dapat menunjukkan cara penyaluran dana yang mereka miliki kepada pihak ketiga. Dengan FDR bank berada pada standar yang sudah ditentukan oleh Bank Indonesia yaitu maksimum sebesar 110% namun sebesar 90% jika CAR di bawah 20% maka keuntungan yang didapat oleh perusahaan/ bank tersebut akan meningkat (dengan asumsi perusahaan/ bank tersebut dalam penyaluran kreditnya berjalan efektif). Dengan meningkatnya laba bank, maka kinerja bank juga meningkat (Kurniawansyah, 2013).

Loan to Deposit Rasio (LDR) adalah rasio antara besarnya seluruh volume kredit yang disalurkan oleh bank dan jumlah penerimaan dana dari berbagai sumber. Rasio ini digunakan untuk memberikan gambaran mengenai pengaruh ketersediaan dana perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Perusahaan yang secara keuangan sehat, kemungkinan akan lebih banyak mengungkapkan informasi CSR dibandingkan dengan perusahaan yang likuiditasnya rendah. Hal ini didasarkan pada kuatnya keuangan suatu bank yang akan cenderung memberikan informasi lebih luas dari pada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang lemah (Cooke, 1991 dalam Johan 2011).

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H5_a: *Financial to Deposite Rasio* (FDR) berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di bank syariah.

H5_b: *Loan to Deposite Rasio* (LDR) berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di bank konvensional.

6. Proporsi Komisaris Independen terhadap pengungkapan CSR

Proporsi komisaris independen merupakan rasio komisaris independen terhadap seluruh anggota dewan komisaris. Keberadaan dewan komisaris independen sebagai salah satu fungsi dalam tata kelola perusahaan yang dalam mengevaluasi strategi perusahaan dan mengawasi manajemen diharapkan dapat memberikan tekanan pada perusahaan untuk mengungkapkan CSR yang lebih luas dalam rangka mewujudkan prinsip GCG yaitu *responsibility*. Komponen komisaris independen di dalam dewan komisaris diharapkan dapat bersikap terhadap segala kebijakan yang dibuat direksi serta menciptakan keseimbangan kepentingan berbagai pihak, yaitu pemegang saham utama, direksi, komisaris, manajemen, pemegang saham publik, dan *stakeholders* lainnya. Semakin besar presentase komisaris independen, maka akan meningkatkan aktivitas pengawasan terhadap kualitas pengungkapan dan mengurangi usaha menutupi informasi perusahaan (Prasojo, 2011).

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

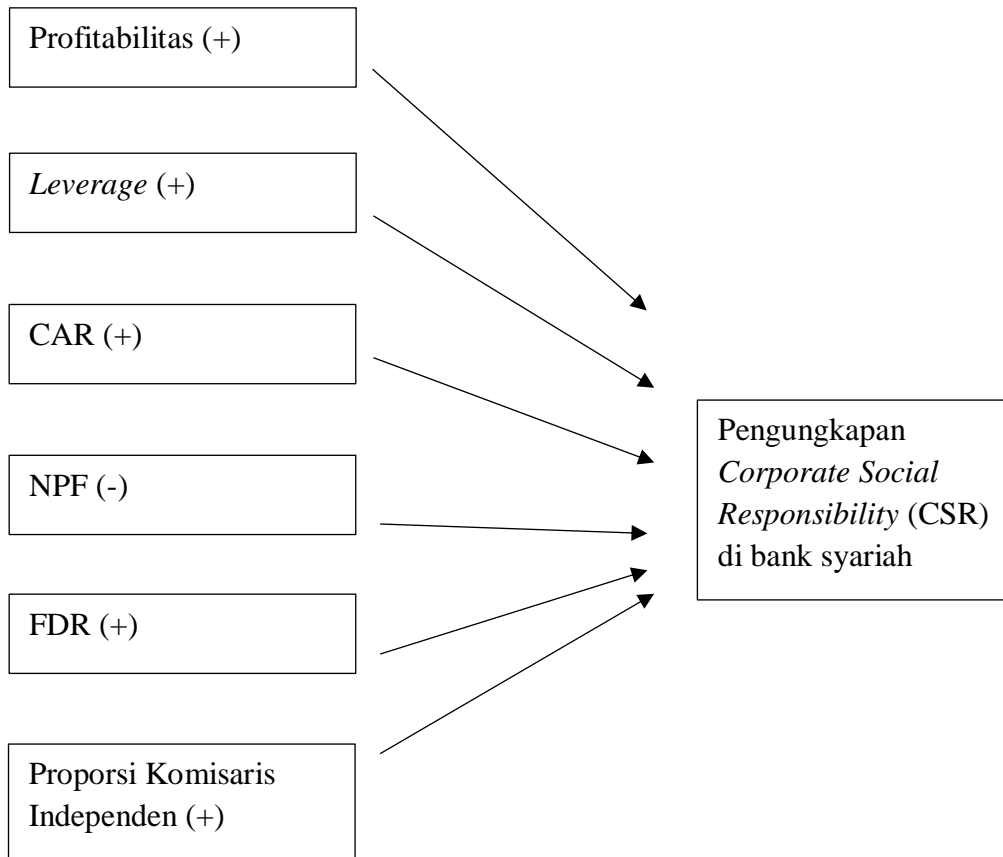
H_{6a}: Proporsi Komisaris Independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di bank syariah.

H_{6b}: Proporsi Komisaris Independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di bank konvensional.

C. Model penelitian

1. Variabel Independen

Variabel Dependen

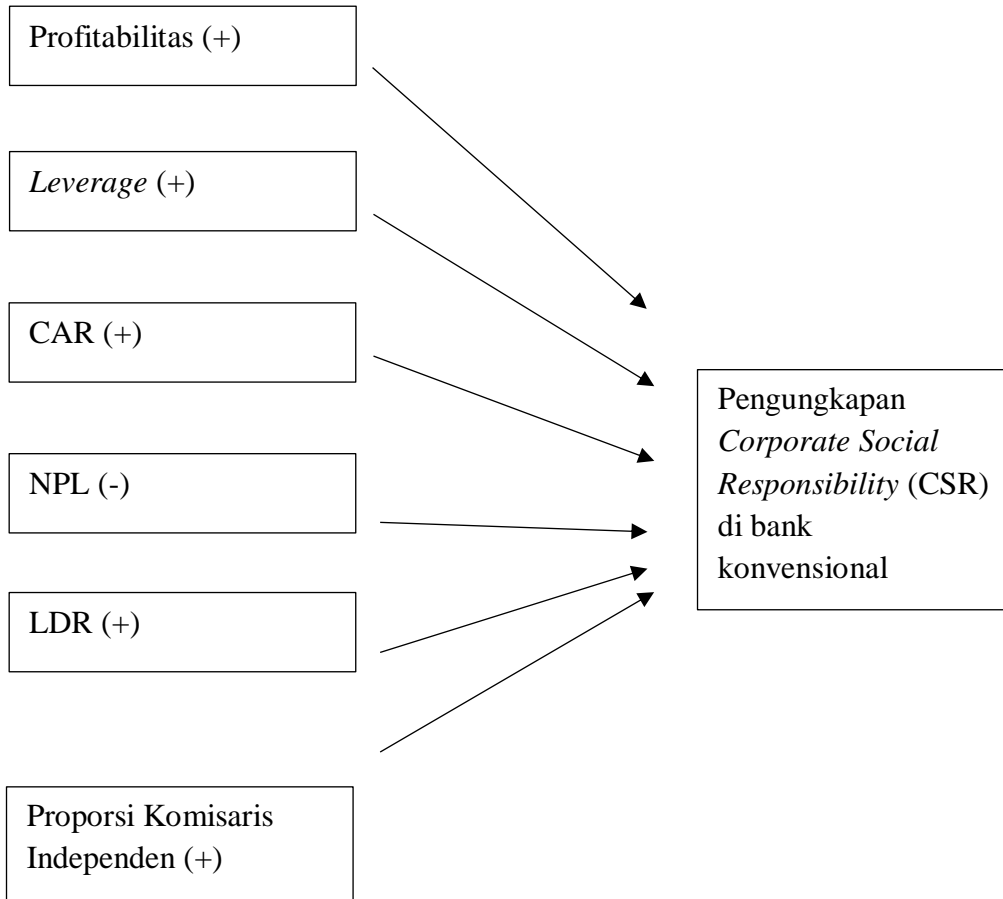


Model Penelitian (bank syariah)

Gambar 1

2. Variabel Independen

Variabel Dependen



Model Penelitian (bank konvensional)

Gambar 2