

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teoritis

1. Konsep *Corporate Social Responsibility* dan *Corporate Social Responsibility-disclosure*

a. Definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

1. Definisi CSR Menurut Undang-undang Perseroan Terbatas No.40 tahun 2007 pasal 1 ayat 3:

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.¹⁸

2. Definisi CSR Menurut ISO 26000 mengenai *Guidance on Social Responsibility* :

CSR merupakan tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan termasuk kesehatan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang

¹⁸ Undang-Undang No.40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas

ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh.¹⁹

b. Pengungkapan (CSR)

Pengungkapan CSR dijelaskan pula dalam pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (Revisi 2009) paragraf keduabelas:

Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (value added statement), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan.

c. Definisi *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR-Disclosure)*

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR-Disclosure) merupakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR-Disclosure) yang sering juga disebut sebagai *social disclosure, corporate social reporting, social accounting* atau *corporate social responsibility*, merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan

¹⁹ ISO 26000 and OECD Guidelines practical overview of the languages, 2010. Hal 19-22

ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

CSR Disclosure adalah data yang diungkapkan perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan.²⁰ Instrument pengukuran *CSR disclosure Indeks* (CSRI) merupakan pengelompokan informasi CSR ke dalam kategori: Aspek lingkungan Aspek energi, Aspek tenaga kerja, Aspek produk, Aspek keterlibatan masyarakat, dan Aspek umum.²¹

Penelitian ini menggunakan rumus untuk mengukur pengungkapan Corporate Social Responsibility adalah sebagai berikut:

$$CSRI = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRI_j = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*
Perusahaan j

N_j = Jumlah item untuk perusahaan j,

X_{ij} = Jumlah item yang diungkapkan, jika diungkapkan diberi nilai 1. Jika tidak diungkapkan diberi nilai 0. Sehingga,

$$0 \leq CSRI_j \leq 1$$

²⁰ Hackston, D. dan Milne, M. J. 1996. *Some Determinants Of Social And Enviromental Disclosures In New Zealand Companies*. Accounting, Auditing and Accountability Journal, Vol. 9. No. 1. Hal. 77-107

²¹ Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia*. Simposium Nasional Akuntansi VII. Solo. Hal 255-290

2. Teori Stakeholder

Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Stakeholder merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti: pemetintahan, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga-lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lainya yang keberadaanya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan.²²

Pihak internal maupun eksternal yang bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi oleh perusahaan dianggap sebagian dari stakeholder. Pemahaman terhadap kebutuhan dn keinginan para stakeholder menjadi sorotan manajemen karena mereka terlibat secara lansung maupun tidak langsung atas aktivitas maupun kebijakan yang dilakukan dan yang akan diambil oleh suatu perusahaan.

Program CSR diterapkan oleh perusahaan-perusahaan di indonesia karena untuk meningkatkan citra yang baik bagi masyarakat, terkhusus para investor dan para stakeholder. Stakeholder yang merupakan pemangku kepentingan dalam sebuah perusahaan memepunyai peran penting dalam segala aspek diperusahaan termasuk

²² Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal 93-94.

eksistensi perusahaan tersebut. Selain itu juga untuk meningkatkan tingkat kepercayaan para investornya.²³

3. Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitar, baik fisik maupun non-fisik. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang dapat diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang dapat diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian legitimasi merupakan manfaat atau sumbernya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup.²⁴

Dalam penelitian ini, teori legitimasi dapat digunakan untuk menjelaskan keterkaitan faktor Profitabilitas, Ukuran perusahaan, dan Total pembiayaan dengan pengungkapan *Corporate social Responsibility* (CSR). Keterkaitan profitabilitas dengan pengungkapan CSR yaitu, semakin perusahaan memiliki laba yang besar, mereka berupaya untuk mengambil perhatian masyarakat luas yang besar, mereka berupaya untuk mengambil perhatian masyarakat luas dengan memberikan serta mendukung kegiatan positif yang sesuai dengan prinsip dan norma yang berlaku. Keterkaitan ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR yaitu semakin besar total aset perusahaan, mereka berupaya lebih baik untuk menyesuaikan dengan norma-norma

²³ Suharto, Edi, *CSR & Comdev*. (Bandung:Alfabeta, 2010), hal 10

²⁴ O'Donovan, 2002. *Environmental Disclosure in the Annual Report: Extending the Applicability and Predictive Power of Legitimacy Rtheory, Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 15, No. 3, hal 344

agar diterima baik oleh masyarakat luas. Semakin Besar Total Pembiayaan semakin besar juga laba yang diperoleh dan juga semakin banyak juga jenis pembiayaan yang dikenal masyarakat/nasabah.²⁵

4. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba (keuntungan) dalam suatu periode tertentu. Ukuran profitabilitas dapat dibagi menjadi berbagai indikator, seperti laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau aset, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik.²⁶ Terdapat beberapa cara untuk mengukur besar kecilnya profitabilitas, yaitu:

a. *Return Of Asset (ROA)*

ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Rasio ini penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva perusahaan. Semakin besar ROA, berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar dan sebaliknya.

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Laba setelah Pajak}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

b. *Return on Equility (ROE)*

²⁵ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility.....*, hal. 87.

²⁶Sudana, I Made, *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik Erlangga*. (Jakarta: 2011), hal 55-60

ROE merupakan perhitungan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan menggunakan modal sendiri dan menghasilkan laba bersih yang tersedia bagi pemilik atau investor. Perhitungan ROE dapat digunakan sebagai tolak ukur kinerja keuangan perusahaan. ROE sangat bergantung pada besar-kecilnya perusahaan, misalnya untuk perusahaan kecil tentu memiliki modal yang relatif kecil, sehingga ROE yang dihasilkan pun kecil, begitu pula sebaliknya untuk perusahaan besar.

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Earning after taxes}}{\text{Total Equity}} \times 100\%$$

c. *Profit Margin Ratio*

Profit Margin Ratio mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan penjualan yang dicapai perusahaan. Semakin tinggi penjualan yang dicapai perusahaan, semakin tinggi rasio menunjukkan bahwa perusahaan semakin efisien dalam menjalankan operasinya.

Profit margin ratio dibedakan menjadi:

1. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari penjualan yang dilakukan perusahaan. Rasio ini mencerminkan efisiensi seluruh bagian, yaitu produksi, personalia, pemasaran, dan keuangan yang ada dalam perusahaan.

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Earning after taxes}}{\text{sales}}$$

2. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan penjualan yang dilakukan perusahaan.

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Earning before interest and taxes}}{\text{sales}}$$

3. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba kotor dengan penjualan yang dilakukan perusahaan. Rasio ini menggambarkan efisiensi yang dicapai oleh bagian produksi.

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Gros profit}}{\text{Sales}}$$

d. *Basic Earning Power*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan menggunakan total aktiva yang dimiliki perusahaan. dengan kata lain rasio ini mencerminkan efektivitas dan efisiensi yang telah dilakukan oleh perusahaan.

$$\text{Basic Earning Power} = \frac{\text{Earning before interest and}^{27}}{\text{Total assets}}$$

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti menggunakan ROA untuk mengukur profitabilitas. Hal ini dikarenakan ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak.

²⁷Herman Darmawi, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), hal. 59-71

5. Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan adalah suatu perbandingan besar atau kecilnya usaha dari suatu perusahaan di mana skalanya dapat diklarifikasikan menurut berbagai cara antara lain dengan total aset, nilai pasar saham dan lain lain. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan atau skala perusahaan maka akan semakin mudah bagi perusahaan dalam memperoleh sumber pendanaan, baik yang bersifat internal maupun eksternal.²⁸

Ukuran Perusahaan merupakan tolak ukur untuk menentukan besar kecilnya sebuah perusahaan. perusahaan yang besar cenderung akan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya lebih banyak dari pada perusahaan yang kecil. Hal ini disebabkan karena semakin banyak aktiva maka makin banyak modal yang dianam dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan itu dikenal dalam masyarakat.²⁹

Menurut Bapepam No.9 tahun 1995 berdasarkan ukuran, perusahaan dapat digolongkan atas 2 kelompok sebagai berikut:

a. Perusahaan kecil

Perusahaan kecil merupakan badan hukum yang didirikan di Indonesia yang: (1) memiliki sejumlah kekayaan (total asset) tidak lebih dari Rp. 20.000.000.000; (2) bukan merupakan afiliasi dan

²⁸ Hery, *Kajian Riset Akuntansi*, (Jakarta: PT Gramedia, 2017), hal 11-12

²⁹Kurniasih, Dwi, Wulan Retnowati dan Dina Fajrin Maulina, *Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas dan Size Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility*. Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis. Vol.13 No.1 2013. hal 151-157

dikendalikan oleh suatu perusahaan yang bukan perusahaan menengah kecil; (3) bukan merupakan reksadana.

b. Perusahaan Menengah/Besar

Perusahaan menengah/besar merupakan kegiatan ekonomi yang mempunyai kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan usaha. Usaha ini meliputi usaha nasional (milik Negara atau swasta) dan usaha asing yang melakukan kegiatan di Indonesia.

Terdapat berbagai cara untuk menentukan ukuran sebuah perusahaan. dalam penelitian ini peneliti menggunakan log total aset yang dimiliki perusahaan untuk menentukan ukuran sebuah perusahaan tersebut

6. Total Pembiayaan

Pembiayaan merupakan aktifitas bank syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain bank berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana kepada penerima dana, bahwa dana dalam bentuk pembiayaan yang diberikan pasti akan terbayar. Pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah berbeda dengan kredit yang diberikan oleh bank konvensional. Dalam perbankan syariah, *return* atas pembiayaan tidak dalam bentuk bunga, aan tetapi dalam bentuk lain sesuai dengan akad-akad yang disediakan di bank syariah. Dalam Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun

1998, kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.

Di dalam perbankan syariah, istilah kredit tidak dikenal, karena bank syariah memiliki skema yang berbeda dengan bank konvensional dalam menyalurkan dananya kepada pihak yang membutuhkan. Bank syariah menyalurkan dananya kepada nasabah dalam bentuk pembiayaan. Sifat pembiayaan, bukan merupakan utang piutang, tetapi merupakan investasi yang diberikan bank kepada nasabah dalam melakukan usaha.

Menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dan pihak lain yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Di dalam perbankan syariah, pembiayaan yang diberikan kepada pihak pengguna dana berdasarkan pada prinsip syariah. Aturan yang digunakan yaitu sesuai dengan hukum Islam.³⁰

Jenis Jenis Pembiayaan Bank Syariah

1. Pembiayaan jual dengan prinsip Jual Beli (Ba'i)

³⁰ Ismail, *Perbankan syariah,.....Hal 83-84*

Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (Transfer Of Property). Tingkat keuntungan ditentukan didepan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual.

Trasaksi jual beli dapat dibedakan berdasarkan bentuk pembayaran dan waktu penyerahan yakni sebagai berikut:

a. Pembiayaan Murabahah

Murabahah merupakan akad jual beli antara bank selaku penyedia barang dengan nasabah yang memesan untuk membeli barang. Dari transaksi tersebut bank mendapatkan keuntungan jual beli yang disepakati bersama. Selain itu murabahah juga merupakan jasa pembiayaan oleh bank melalui transaksi jual beli dengan nasabah dengan cara cicilan.

b. Pembiayaan Salam

Yaitu pembiayaan jual beli dimana barang yang diperjual belikan belum ada. Pembayaran barang dilakukan di depan oleh bank namun penyerahan barang dilakukan secara tangguh karena memerlukan proses pengadaanya. Setelah barang diserahkan kepada bank maka bank akan menjualnya kepada pembeli

c. Pembiayaan Istishna

Istishna merupakan suatu transaksi jual beli antara mustahni'dengan shani'i dimana barang yang akan

diperjual belikan harus dipesan dahulu dengan kriteria yang jelas. Menurut jumbuh ulama istishna sama dengan salam, bedanya terletak pada sistem pembayarannya, kalau salam sebelum barang diterima, sedangkan istishna boleh di awal, di tengah atau diakhir setelah pesanan diterima.

2. Pembiayaan dengan prinsip Sewa (Ijarah)

Menurut Fatwa Dewan Syari'ah Nasioanl No.09/DSN/MUI/IV/2000, Ijarah adalah akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa/upah, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri, dengan demikian dalam akad ijarah tidak ada perubahan kepemilikan, tetapi hanya pemindahan hak guna saja dari yang menyewakan kepada penyewa. Pada akhir masa sewa, bank dapat saja menjual barang yang disewakan kepada nasabah. Ada 2 (dua) jenis ijarah yaitu :

a. Ijarah Murni

Yaitu suatu transaksi sewa-menyewa obyek tanpa adanya perpindahan kepemilikan yaitu obyek tetap dimiliki oleh si pemilik.

b. Ijarah Muntahiya Bitamlik

Yaitu suatu transaksi sewa menyewa di mana terdapat pilihan bagi si penyewa untuk memiliki barang yang di

sewa di akhir masa sewa melalui mekanisme sale and lease back.

3. Pembiayaan dengan Bagi Hasil

a. Mudharabah

Merupakan perjanjian pembiayaan/penanaman dana dari pemilik dana (shahibul maal) kepada pengelola dana (mudharib) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu yang sesuai syariah, dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya. Berdasarkan kewenangan yang diberikan kepada pengelola (mudharib), akad kemitraan ini dibagi menjadi dua tipe yaitu:

1) Mudharabah Mutlaqah

Yaitu pemilik modal memberikan kebebasan penuh kepada pengelola untuk menggunakan modal tersebut dalam usaha yang dianggapnya baik dan menguntungkan.

2) Mudharabah Muqayyad

Yaitu pemilik modal menentukan syarat dan pembatasan kepada pengelola dalam menggunakan modal tersebut dengan jangka waktu, tempat, jenis usaha dan sebagainya.

b. Musyarakah

Yaitu perjanjian antara dua pihak yang bersyariat mengenai pokok harta dan keuntungannya.³¹

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang relevan dengan variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap CSR pada bank syariah sebagai berikut:

- a. Paper Arjanggie yang menulis tentang “Pengaruh Profitabilitas Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan model regresi berganda (Multiple Regression). Analisis regresi berganda ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sedangkan profitabilitas berpengaruh secara negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan membenarkan konsep teori legitimasi. Bedanya

³¹ Adimarwan Karim, *Bank Islam, Analisis Fikih dan Keuangan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hal 55-59

dari penelitian yang sedang saya kaji yaitu penggunaan variabel independen yang berbeda dan perusahaan yang sedang saya kaji.³²

- b. Paper Alfiyah yang meneliti tentang ” Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah Tahun 2014-2016”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Analisis regresi linier berganda untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap CS dan leverage berpengaruh signifikan terhadap CSR. Perbedaan dengan penelitian yang sedang peneliti kaji yaitu penggunaan variabel independen dan perusahaan yang sedang dikaji. Metode yang digunakan juga berbeda dengan penelitian yang sedang peneliti kaji.³³
- c. Paper Hendratmoko yang meneliti tentang “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Pengungkapan Icsr Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Regresi Linier Berganda. Hasil pengujian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa: 1) Return on Assets (ROA) terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap Islamic Corporate Social

³² Aulia Rizki Arjannie, *Pengaruh Profitabilitas Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)*, (Semarang: Skripsi tidak diterbitkan, 2015), hal 35

³³ Siti Nur Alfiyah, *Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah Tahun 2014-2016*, (Surakarta: Skripsi tidak diterbitkan, 2018), hal 41

Responsibility (ICSR), hal ini terbukti dengan besaran nilai t hitung sebesar 4,170 dan signifikansi sebesar 0,000. 2) Ukuran perusahaan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR), hal ini terbukti dengan besaran nilai t hitung sebesar 3,426 dan signifikansi sebesar 0,000. 3) Pertumbuhan penjualan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR), hal ini terbukti dengan besaran nilai t hitung sebesar 2,402 dan signifikansi sebesar 0,008. Perbedaan dengan penelitian yang sedang dikaji yaitu metode yang digunakan dan lembaga yang digunakan.³⁴

- d. Paper Nahayita yang meneliti tentang “Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap CSR (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Pada Indeks Lq 45 Indonesia Tahun 2012-2016)” metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, umur perusahaan, profitabilitas, leverage, dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap corporate social responsibility. Perbedaan dari penelitian yang sedang dikaji yaitu terletak pada

³⁴ Agung Hendratmoko, *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Pengungkapan Icsr Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*.(Semarang: Skripsi tidak diterbitkan, 2017), hal 68

variabel independen dan lembaga yang sedang dikaji. Selain itu metode yang digunakan juga berbeda.³⁵

- e. Paper Roziq yang meneliti tentang “Pengaruh Pembiayaan dan Kas Terhadap *Corporate Social Responsibility* Melalui Laba Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Umum Syariah Indonesia”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini *Path analysis* yaitu teknik analisis statistika yang dikembangkan dari analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menggambarkan bahwa pembiayaan bank syariah berpengaruh secara signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*, dan kas bank umum syariah berpengaruh secara signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Perbedaan dengan penelitian yang sedang dikaji yaitu terletak pada metode penelitian dan variabel independen yang dipakai.³⁶
- f. Paper Marthin meneliti tentang “Implementasi Prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian dianalisis secara *Kualitatif*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa norma kewajiban CSR bagi perseroan terkesan tidak tegas, karena tidak memuat sanksi bagi perseroan yang melanggarnya. Perbedaan

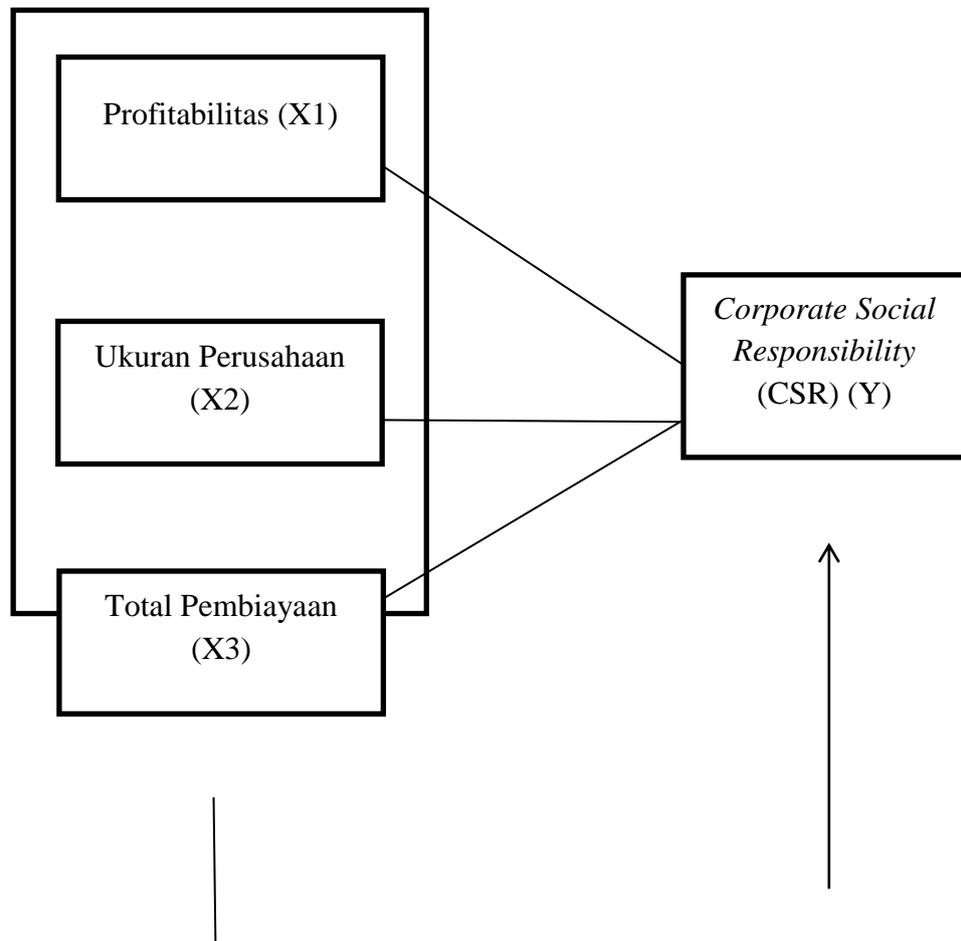
³⁵ Maulidya Nahayita, *Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Pada Indeks Lq 45 Indonesia Tahun 2012-2016)*, (Yogyakarta: Skripsi tidak diterbitkan, 2018), hal 39

³⁶ Ahamad Roziq, Ibnu Aburizal N MS, *Pengaruh Pembiayaan dan Kas Terhadap Corporate Social Responsibility Melalui Laba Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Umum Syariah Indonesia*, Jurnal Akuntansi Universitas Jember, hal 4-10

dengan penelitian yang sedang dikaji yaitu terletak pada metode penelitian dan variabel yang dipakai.³⁷

C. Kerangka Konseptual

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu adapun dimensi variabel independent yaitu profitabilitas (X_1), ukuran perusahaan (X_2), dan pertumbuhan penjualan (X_3) yang akan diteliti pengaruhnya terhadap CSR (Y), maka dapat dikembangkan dalam kerangka konseptual sebagai berikut:



³⁷ Marthin, Marthen B. Salinding, Inggit Akim, *Implementasi Prinsip Corporate Social Responsibility (CSR) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas*, Journal of private and commercial law, vol.1 no. 1, 2007. hal 112

Keterangan:

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, dapat diketahui bahwa model penelitian ini terjadi secara satu arah untuk menjelaskan pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan total pembiayaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Bank Umum Syariah.

Dari tinjauan dan penelitian terdahulu. Peneliti mengangkat tiga faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR yang kemudian dijadikan variabel Independen, yaitu :

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Teori yang dipakai yaitu dari Sudana³⁸. Penelitian terdahulu yang dipakai yaitu dari Arjanggie³⁹ yang menjelaskan bahwa Profitabilitas memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Teori yang dipakai yaitu dari Hery⁴⁰. Penelitian terdahulu yang dipakai yaitu dari Hendratmoko⁴¹ yang menjelaskan bahwa ukuran

³⁸ Sudana, I Made, *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik Erlangga*. (Jakarta: 2011), hal 55-60

³⁹ Aulia Rizki Arjanggie, *Pengaruh Profitabilitas Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)*, (Semarang: Skripsi tidak diterbitkan, 2015), hal 35

⁴⁰ Hery, *Kajian Riset Akuntansi*, (Jakarta: PT Gramedia, 2017), hal 11-12

perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

3. Pengaruh Total Pembiayaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Teori yang dipakai yaitu dari Ismail⁴². Penelitian terdahulu yang dipakai yaitu dari Roziq⁴³ yang menjelaskan bahwa Pembiayaan bank syariah berpengaruh secara signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

4. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Teori yang dipakai yaitu dari Rachman⁴⁴. Penelitian terdahulu yang dipakai yaitu dari Marthin⁴⁵ yang menjelaskan bahwa norma kewajiban *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi perseroan terkesan tidak tegas, karena tidak memuat sanksi bagi perseroan yang melanggarnya.

⁴¹ Agung Hendratmoko, *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Pengungkapan Icsr Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*.(Semarang: Skripsi tidak diterbitkan, 2017), hal 68

⁴² Ismail, *Perbankan Syariah*,.....Hal 83

⁴³ Ahamad Roziq, Ibnu Aburizal N MS, *Pengaruh Pembiayaan dan Kas Terhadap Corporate Sosial Responsibility Melalui Laba Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Umum Syariah Indonesia*, Jurnal Akuntansi Universitas Jember, hal 4-10

⁴⁴Nurdizal M Rachman, Asep Efendi, Emir Wicaksana, *Panduan Lengkap Perencanaan*, (Jakarta: Penebar swadaya, 2011), hal 16-17

⁴⁵ Marthin, Marthen B. Salinding, Inggit Akim, *Implementasi Prinsip Corporate Social Responsibility (CSR) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas*, Journal of private and commercial law, vol.1 no. 1, 2007. hal 112

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan/jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian, serta harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₁ = Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Bank Umum Syariah.

H₀ = Profitabilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Bank Umum Syariah.

H₂ = Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Bank Umum Syariah.

H₀ = Ukuran Perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Bank Umum Syariah.

H₃ = Total Pembiayaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Bank Umum Syariah.

H₀ = Total Pembiayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Bank Umum Syariah.