

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*-CSR) pada perbankan syariah berdasarkan *shariah enterprise theory*. Implementasi CSR berbasis *shariah enterprise theory* dianalisis dengan menggunakan Teori Komunikasi Aksi milik Habermas.

Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis bagaimana Bank Syariah Mandiri (BSM) dan Bank Muamalat Indonesia (BMI) melaporkan tanggung jawab sosial perusahaannya. Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotik yang didasarkan pada item-item pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan *shariah enterprise theory*.

Penelitian ini menunjukkan bahwa tindakan pelaporan tanggung jawab sosial oleh BSM dan BMI masih dipengaruhi oleh kepentingan mereka masing-masing. Kepentingan-kepentingan ini terutama dipengaruhi oleh *money* dan *power*. Peranan 'prinsip' tidak terlalu terlihat dalam cara pelaporan tanggung jawab sosial mereka.

Kata Kunci : CSR, tanggung jawab sosial, *shariah enterprise theory*, bank syariah, Teori Komunikasi Aksi, Habermas, Bank Syariah Mandiri, Bank Muamalat.