

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi dan bisnis berbasis Islam berkembang dengan baik di Indonesia yang di tandai dengan adanya berbagai entitas dan lembaga keuangan syariah. Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk muslim terbesar di dunia dengan persentase 12,9% dari seluruh populasi muslim di dunia (Lugo, 2009). Maka sudah selayaknya dalam menjalankan segala aktivitas kehidupan sesuai dalam bidang ekonomi dan memberikan kesempatan besar dalam mengembangkan konsep syariah di kehidupan masyarakat Indonesia. Isu mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* semakin menjadi sorotan penting dalam beberapa tahun terakhir. Semakin banyak perusahaan yang sadar bahwa konsep *Corporate Social Responsibility* merupakan inti dari etika bisnis perusahaan. Selama ini pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada instansi atau lembaga syariah masih mangacu pada *Global Reporting Initiative Index* (Indeks GRI) seperti pengukuran yang dilakukan pada lembaga konvensional. Padahal praktik pengungkapan tanggung jawab sosial tersebut menurut perspektif konvensional. Hal ini karena pertanggung jawaban yang dilakukan lembaga syariah bukan hanya kepada manusia tetapi juga kepada Tuhan sang pencipta alam semesta.

Gagasan utama *Corporate Social Responsibility* menjadikan perusahaan dihadapkan bukan hanya pada konsep *single bottom line* dalam bentuk nilai

perusahaan, melainkan juga pada konsep *triple bottom line* dalam bentuk tanggung jawab terhadap kehidupan sosial dan lingkungan hidup. Konsep *single bottom line* dianggap sebagai konsep yang sudah tidak banyak digunakan, konsep ini menekankan hanya pada pencapaian profit yang maksimal pada laporan laba rugi perusahaan. Friedman (1982) mengemukakan bahwa keberlanjutan perusahaan bukan hanya bergantung pada laba perusahaan (profit), melainkan juga bergantung pada tindakan nyata terhadap karyawan di dalam perusahaan dan masyarakat di luar perusahaan (*people*) serta lingkungan (*environment*). Perusahaan dianggap tidak hanya memiliki kewajiban ekonomi dan hukum pemegang saham (*shareholder*), tetapi juga memiliki kewajiban kepada para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Jangkauan tanggung jawab sosial kepada para pengelola kepentingan dinilai lebih luas daripada tanggung jawab ekonomi dan hukum kepada pemegang saham. Tanggung jawab sosial perusahaan kepada para pemangku kepentingan melibatkan beberapa pihak yaitu pelanggan, karyawan, investor, pemasok, kreditor, masyarakat, pemerintah dan kompetitor.

Konsep *Corporate Social Responsibility* tidak hanya berkembang di ekonomi konvensional, tetapi juga berkembang di ekonomi Islam. Konsep *Corporate Social Responsibility* dalam Islam yaitu *Islamic Social Reporting* (ISR). Sudah banyak perusahaan-perusahaan yang menerapkan prinsip syariah dalam kegiatan bisnisnya seperti perbankan, pegadaian, asuransi, koperasi, dan lain lain. Selain itu, *Islamic Social Reporting* juga menjadi sesuatu hal yang penting bagi keunggulan dan kinerja lembaga keuangan syariah. Lembaga

keuangan syariah yang mengungkapkan *Islamic Social Reporting* dengan baik akan di percaya oleh masyarakat dalam menyalurkan dana mereka (Lestari, 2016). Penelitian perkembangan *Islamic Social Reporting* telah banyak dilakukan di sektor perbankan syariah (Ningrum dkk, 2013).

Berkembangnya *Islamic Social Reporting* di Indonesia turut meningkatkan perhatian masyarakat terhadap lembaga atau institusi syariah (Maulida dkk, 2014). Konsep *Islamic Social Reporting* lebih ditekankan sebagai bentuk ketaqwaan umat manusia kepada Allah SWT dalam dimensi perusahaan. Bahwa nilai nilai Islam memiliki hubungan yang relevan dan memiliki kontribusi terhadap konsep *Islamic Social Reporting* yang telah berkembang sampai saat ini.

Sesuai dengan hasil penelitian Siwar dan Hossain (2009) dan Dusuki (2008) juga menyimpulkan bahwa paradigma taqwa kepada Allah SWT merupakan landasan utama dari *Corporate Social Responsibility* dalam prespektif Islam. Konsep *Islamic Social Reporting* erat dengan perusahaan perusahaan yang menjalankan kegiatan bisnisnya sesuai dengan konsep syariah. Perusahaan tersebut diharapkan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan yang sesuai dengan konsep syariah. Semakin banyaknya perusahaan – perusahaan syariah yang bermunculan mengindikasikan bahwa ekonomi Islam sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat terhadap lembaga atau institusi syariah semakin besar dari waktu ke waktu. Dengan demikian pasar modal syariah memiliki peranan penting dalam rangka meningkatkan segmen pasar

perusahaan - perusahaan berbasis syariah di Indonesia. Ada banyak faktor yang mempengaruhi *Islamic Social Reporting* antara lain profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage* dan ukuran dewan komisaris.

Faktor pertama adalah Profitabilitas. Profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan memperoleh laba terkait dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Rasio profitabilitas mengukur efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang dihasilkan dari penjualan dan investasi yang digunakan *Return on Aset (ROA)*. ROA menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dimanfaatkan. Hal ini menggambarkan suatu kondisi ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi berarti perusahaan menganggap perlu mengungkapkan informasi yang lebih luas dalam melaksanakan kegiatan *Islamic Social Reporting*. Selain itu, perusahaan yang memiliki laba yang tinggi akan memberikan motivasi kepada manajemen untuk menyajikan informasi yang lebih mendalam untuk meyakinkan investor sehingga meningkatkan kompensasi untuk manajemen. Semakin tinggi rasio profitabilitas suatu perusahaan maka semakin baik kinerja perusahaan dalam mengelola aset yang dimilikinya untuk menghasilkan laba.

Menurut Taufiq dkk (2015) mengungkapkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)*. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Lestari (2013) yang menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *Islamic Social Reporting (ISR)*. Namun bertolak belakang dengan Ramadhani (2016)

yang menyatakan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting (ISR)*.

Faktor kedua adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan identifikasi besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak dan kompleks, sehingga perusahaan mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat. Perusahaan yang memiliki *stakeholder* yang lebih banyak dan mendapat perhatian lebih dari kalangan publik. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin banyak modal yang ditanamkan sehingga sumber daya dan dana yang besar dalam perusahaan cenderung memiliki permintaan yang lebih luas akan informasi pelaporan perusahaanya (Putri dan Yuyetta 2014).

Penelitian yang dilakukan oleh Rosiana dkk (2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *Islamic Social Reporting (ISR)*. Penelitian tersebut didukung oleh penelitian Prasetyoningrum (2018) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *Islamic Social Reporting (ISR)*. Namun berbeda dengan hasil penelitian Verawaty dkk (2013) yang menyatakan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *Islamic Social Reporting (ISR)*.

Faktor ketiga adalah *leverage*. *Leverage* digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai oleh utang (Kasmir, 2011). Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan kegiatan sosial perusahaan. Dikarenakan perusahaan tersebut sebagian besar usahanya dibiayai oleh utang. Jika tingkat *leverage* pada perusahaan tinggi akan

memiliki dorongan untuk memberikan informasi sosial yang lebih kepada pihak luar karena pengungkapan dapat mengurangi asimetri informasi dan ketidakpastian mengenai prospek perusahaan di masa mendatang dan bertujuan memberikan kepada kreditor bahwa perusahaan tidak melanggar perjanjian yang ada (Ramadhani, 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani (2016) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap *Islamic Social Reporting*. Penelitian tersebut didukung oleh penelitian Roziani (2010) menyimpulkan *leverage* berpengaruh positif terhadap *Islamic Social Reporting*. Namun berbeda dengan penelitian Lestari (2016) yang menyatakan *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Faktor terakhir adalah ukuran dewan komisaris. Ukuran dewan komisaris dalam suatu perusahaan yaitu jumlah anggota dewan komisaris yang ada dalam perusahaan tersebut. Dewan komisaris mempunyai tugas pengawasan dalam perusahaan. Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris maka akan memudahkan dalam pengendalian manajemen. Oleh karena itu manajemen akan mendapat tekanan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Khoirudin (2013) menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Sulistyawati dan Indah (2017) yang menyimpulkan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR). Namun berdeda

dengan penelitian Hasanah dkk (2017) yang menyatakan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh *Islamic Social Reporting* (ISR).

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan Umiyati dan Baiquni (2018) yang menguji tentang ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu yang pertama, pada periode tahun penelitian, dimana pada penelitian terdahulu tahun 2011-2015, sedangkan penelitian ini pada tahun 2012-2017. Perbedaan yang kedua yaitu pada variabel penelitian ditambahkan variabel ukuran dewan komisaris. Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/33/PBI/2009 tentang Pelaksanaan *Good Corporate Governance* bagi Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah menjelaskan bahwa tugas dewan komisaris wajib melakukan pengawasan atas terselenggaranya pelaksanaan *Good Corporate Governance* dalam setiap kegiatan usaha Bank Umum Syariah. Salah satu kegiatan yang dilakukan Bank Umum Syariah yaitu melakukan *Islamic Social Reporting*. Oleh karena itu, dewan komisaris memiliki peran penting dalam pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Pentingnya penelitian ini dilakukan yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *Islamic Social Reporting* pada bank syariah Islam di Indonesia, serta terdapat keterbatasan pengungkapan tanggung jawab konvensional. Karena dalam melakukan tanggung jawab sosial Islam tidak hanya terbatas pada aspek material saja, tetapi pada aspek kerohanian dan moral pelaporan sosial dengan indeks Islam. Berdasarkan uraian latar belakang

diatas maka penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul ‘Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR) (Studi Empiris pada Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2012-2017).

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka dapat dirumuskan masalah yang akan dianalisis yaitu:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap *Islamic social reporting*?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *Islamic social reporting*?
3. Apakah *leverage* berpengaruh positif terhadap *Islamic social reporting*?
4. Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap *Islamic social reporting*?

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, spesifik dan mendalam maka penulis memandang masalah penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabel dan periode penelitian. Oleh karena itu, penulis membatasi penelitian hanya berkaitan dengan ‘Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap *Islamic Social Reporting*’. Selain itu, penulis juga membatasi periode yang berkaitan penelitian ini yaitu dengan periode tahun 2012-2017.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mendapatkan bukti empiris bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *Islamic social reporting* (ISR)
- b. Untuk mendapatkan bukti empiris bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *Islamic social reporting* (ISR)
- c. Untuk mendapatkan bukti empiris bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap *Islamic social reporting* (ISR)
- d. Untuk mendapatkan bukti empiris bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap *Islamic social reporting* (ISR)

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut maka diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak antara lain:

- a. Bagi Perbankan Syariah

Bagi pihak perusahaan syariah dapat dijadikan pertimbangan agar dapat melakukan tanggung jawab sosial sesuai dengan ketentuan Islam.

- b. Bagi Investor

Hasil penelitian ini digunakan untuk mengetahui profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) sehingga dapat dijadikan acuan dan tolak ukur untuk melakukan transaksi di perbankan syariah

dalam mencapai efisiensi penanaman modal pada suatu perusahaan bank syariah.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan menjadi sarana untuk mendapatkan wawasan yang lebih luas mengenai perbankan syariah terutama tentang *Islamic Social Reporting*.

