

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Praktik kegiatan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (selanjutnya disingkat CSR) di Indonesia mulai berkembang seiring dengan semakin meningkatnya perhatian masyarakat global terhadap perkembangan perusahaan transnasional atau multinasional yang beroperasi di Indonesia (Utama, 2007). Praktik CSR juga menjadi sorotan Pemerintah Indonesia sebagai pembuat regulasi. Sebagaimana pelaporan CSR yang sebelumnya bersifat sukarela (*voluntary*) menjadi sebuah kewajiban (*mandatory*) bagi perusahaan dengan disahkannya Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang berisi ketentuan-ketentuan yang berlaku bagi perusahaan. Salah satu ketentuan yang berlaku bagi perusahaan adalah wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan dan dimuat dalam laporan tahunan bagi entitas yang kegiatan bisnisnya berkaitan dengan sumber daya alam. Beberapa peraturan lain terkait pelaksanaan tanggung jawab sosial yaitu Undang-Undang No. 20 Tahun 2001 tentang Minyak Dan Gas Bumi, Undang-Undang RI No.19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara, Peraturan Menteri BUMN No. 5 Tahun 2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan dan Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

Di Indonesia, CSR diterapkan sebagai langkah untuk meningkatkan citra perusahaan. Saat ini sebagian besar perusahaan masih menggunakan *global reporting initiative index* sebagai standar untuk pelaporan CSR (Darwin, 2007 dalam Fitria, 2010). *Global reporting initiative index* merupakan standar secara

konvensional tanpa memandang prinsip syariah, sehingga kurang tepat jika diterapkan pada perusahaan yang melakukan bisnis syariah. Dalam ekonomi Islam, CSR dikembangkan dan disesuaikan berdasarkan kerangka syariah CSR yang berpangkal pada ketauhidan. Kerangka syariah ini digagas pertama kali oleh Haniffa dan Hudaib (2000), kemudian dikembangkan lagi oleh Haniffa (2002), dalam artikelnya yang berjudul "*Social Reporting Disclosure : An Islamic Perspektif*", yang menjadi gagasan pengungkapan CSR berdasarkan kaidah Islam. Pelaporan CSR model ini kemudian lebih dikenal dengan *Islamic Social Reporting* (selanjutnya disingkat ISR). ISR merupakan standar pelaporan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi entitas syariah. Menurut Haniffa (2002), konsep pelaporan sosial secara konvensional masih terdapat banyak sekali keterbatasan khususnya hal-hal yang berkaitan dengan informasi yang dibutuhkan oleh para pemangku kepentingan yang beragama Islam. ISR tidak hanya membantu dalam pengambilan keputusan pihak muslim serta masyarakat secara umum, tetapi juga merupakan salah satu wujud tanggung jawab kepada Allah sebagai Tuhan pemilik alam ini.

Nilai-nilai sosial Islam yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW dapat menjadi sebuah dasar untuk melakukan pengungkapan dan pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan. Konsep CSR yang berkembang saat ini, sebagian besar mempunyai hubungan yang relevan dengan prinsip nilai sosial Islam yang ada. Hal ini dapat dijadikan sebagai jembatan bagi entitas yang melakukan bisnis syariah untuk melaksanakan pelaporan CSR dengan menggunakan indeks ISR. Menurut Hendri dan Astuti (2008), orientasi sosial dan orientasi bisnis tidak dapat dipisahkan oleh entitas bisnis syariah, karena fungsi sosial melekat secara

inhern pada entitas bisnis syariah sebagai konsekuensinya dalam menerapkan prinsip *muamalah* Islam.

Saat ini, pengungkapan ISR telah berkembang cukup baik di perbankan syariah. Sofyani et.al (2012), dalam penelitiannya menyatakan bahwa tingkat pengungkapan ISR perbankan syariah di Indonesia pada tahun 2009-2010 mencapai rata-rata skor tertinggi adalah 71,05% dan skor rata-rata terendah adalah 57,89%. Berbeda dengan perbankan syariah di Malaysia, tingkat pengungkapan ISR lebih baik dibanding perbankan syariah di Indonesia. Rata-rata perbankan syariah di Malaysia pada tahun 2009-2010 memiliki skor tertinggi mencapai 78,95% dan rata-rata skor terendah adalah 65,79%. Penelitian yang sejenis juga dilakukan oleh Gustani (2013) yang menyatakan tingkat pengungkapan ISR di perbankan syariah di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Pengungkapan ISR diharapkan tidak hanya diimplementasikan di lembaga keuangan seperti perbankan syariah saja, melainkan juga diimplementasikan pada perusahaan-perusahaan non keuangan. Hal ini dilatarbelakangi dengan dibentuknya *Jakarta Islamic Index* dan Indeks Saham Syariah Indonesia. Dibentuknya indeks saham tersebut guna untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam berinvestasi di pasar modal syariah. Seluruh efek yang terdaftar dalam indek saham syariah (JII dan ISSI) tidak boleh melanggar prinsip-prinsip Islam, seperti emiten tidak boleh melakukan usaha yang mengandung unsur *maisir*, *riba*, barang haram dan bersifat *mudharat*. Inilah yang mendasari bahwa perusahaan non keuangan yang terdaftar dalam indeks saham syariah juga harus mampu menerapkan pelaporan CSR dengan prinsip syariah. Sehingga perusahaan tersebut mampu menyajikan

sebuah aspek spiritual dalam pengungkapan tanggung jawab sosialnya untuk memberikan manfaat bagi para pemangku kepentingan muslim.

Hasil penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Othman et.al (2009), Widiawati dan Raharja (2012), dan Raditya (2012), menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan CSR dengan menggunakan indeks ISR. Ini membuktikan bahwa semakin besar perusahaan dan semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka tingkat pengungkapan CSR juga akan semakin tinggi. Tipe industri dan jenis bank juga mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Widiawati dan Raharja (2012).

Berbeda dengan Kurnianingsih (2013), yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal serupa juga diungkapkan oleh Purwanto (2011), yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Demikian juga dengan Maulida et.al (2014), yang menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Jika mengamati hasil dari penelitian Othman et.al (2009), Purwanto (2011), Raditya (2012), Kurnianingsih (2013), dan Maulida et.al (2014), masih terdapat perbedaan hasil antara penelitian satu dengan penelitian yang lainnya, khususnya mengenai ukuran perusahaan dan profitabilitas. Sehingga dalam penelitian ini ukuran perusahaan dan profitabilitas akan tetap digunakan sebagai variabel faktor (bebas). Semakin besar perusahaan maka semakin banyak modal yang diinvestasikan dan aktivitas serta dampaknya pun juga lebih besar, sehingga perusahaan cenderung memiliki permintaan informasi yang lebih luas terkait aktivitas perusahaan. Demikian juga dengan profitabilitas, semakin tinggi

profitabilitasnya maka kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba juga semakin besar sehingga semakin luas pengungkapannya.

Periode penelitian terdahulu masih tergolong singkat, antara satu hingga tiga tahun saja (Othman et.al, 2009, Fitria dan Hartanti, 2010, Mutia et.al, 2011, Raditya, 2012, Indaswari dan Astika, 2014). Padahal setiap tahun pelaksanaan dan pengungkapan CSR semakin berkembang. Maka dari itu dalam penelitian ini akan ditambah periode penelitian menjadi empat tahun dengan harapan dapat diketahui kondisi spesifik dari pengungkapan CSR. Selain itu penelitian ini juga mengganti salah satu variabel bebas yaitu likuiditas saham. Likuiditas saham dipercaya dapat mempengaruhi tingkat pengungkapan informasi perusahaan termasuk CSR. Ini dikarenakan para investor membutuhkan informasi terkait perusahaan mana yang mempunyai tingkat *sustainability* yang baik dan mampu memberikan return saham yang diharapkan sebelum melakukan investasi pada saham syariah. Penelitian ini mengambil tema *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diselaraskan dengan prinsip syariah. Untuk mengukur pelaporan CSR yang sesuai dengan ketentuan syariah digunakan indeks ISR sebagai tolak ukurnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah ukuran perusahaan, profitabilitas dan likuiditas saham berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan yang terdaftar dalam Pasar Modal Syariah periode 2011-2014?

2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan yang terdaftar dalam Pasar Modal Syariah periode 2011-2014?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan yang terdaftar dalam Pasar Modal Syariah periode 2011-2014?
4. Apakah likuiditas saham berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan yang terdaftar dalam Pasar Modal Syariah periode 2011-2014?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan likuiditas saham secara bersama-sama terhadap pelaporan *Corporate Social Responsibility* secara syariah pada perusahaan yang terdaftar dalam Pasar Modal Syariah periode 2011-2014.
2. Untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap pelaporan *Corporate Social Responsibility* secara syariah pada perusahaan yang terdaftar dalam Pasar Modal Syariah periode 2011-2014.
3. Untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas terhadap pelaporan *Corporate Social Responsibility* secara syariah pada perusahaan yang terdaftar dalam Pasar Modal Syariah periode 2011-2014.

4. Untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh likuiditas saham terhadap pelaporan *Corporate Social Responsibility* secara syariah pada perusahaan yang terdaftar dalam Pasar Modal Syariah periode 2011-2014.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi para pemangku kepentingan khususnya pemegang saham muslim, dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi.
2. Bagi para manajemen perusahaan-perusahaan terkait dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih meningkatkan kinerja sosial perusahaan dalam memperbaiki citra perusahaan di mata sosial masyarakat dan seluruh pemangku kepentingan.
3. Bagi Otoritas Jasa Keuangan dan *National Center for Sustainability Reporting*, dapat menjadi bahan pertimbangan dalam membuat peraturan-peraturan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan yang sesuai dengan prinsip syariah dengan bentuk yang lebih komprehensif.
4. Dapat menambah pengetahuan, referensi dan bukti empiris bagi peneliti selanjutnya dan para pembaca mengenai faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah sekaligus sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan model pengukuran dan pelaporan tanggung jawab sosial berdasarkan prinsip syariah.