

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tanggung jawab sosial perusahaan atau sering disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah wacana umum yang akhir-akhir ini banyak diperbincangkan oleh pelaku bisnis di Indonesia. Fenomena ini muncul akibat semakin mengglobalnya tren mengenai praktek CSR dalam bisnis (Fitria dan Hartanti, 2013). Khoirudin (2013), mendefinisikan CSR sebagai komitmen perusahaan untuk tidak hanya berupaya mencari keuntungan dari kegiatan operasional perusahaannya, tetapi juga menjaga keharmonisan dengan lingkungan sosial tempatnya berusaha, melalui upaya-upaya yang mengarah pada peningkatan taraf hidup komunitas setempat disegala aspeknya.

Pemerintah Indonesia memberikan respon yang baik terhadap pelaksanaan CSR dengan menerbitkan peraturan terkait tanggung jawab sosial (*social Responsibility*) yaitu Undang-Undang No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UUPM) dalam pasal 15 huruf b UUPM menyebutkan, setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (Rambe dan Wira, 2013). Dan juga Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Bab IV pasal; 66 ayat 2b dan Bab V pasal 74 kedua pasal tersebut menjelaskan bahwa laporan tahunan perusahaan harus mencerminkan tanggung jawab sosial, bahkan perusahaan yang kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya harus melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (Rahajeng,2010).

Kesadaran akan tanggung jawab sosial perusahaan juga dibuktikan oleh Hasil Penelitian PIRAC (*Public Interest Research and Advocacy Center*) dan Dompot Dhuafa tahun 2014 tentang trend filantropi perusahaan di tahun 2013, mencatat jumlah sumbangan yang disalurkan perusahaan mencapai Rp 8,6 trilyun atau sekitar 718 milyar per bulan. Sumbangan tersebut disalurkan oleh 455 perusahaan untuk mendukung 1856 program sosial. Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa kesadaran perusahaan dalam hal tanggung jawab sosial sudah sangat baik terlepas dari adanya Undang-Undang yang mengatur tentang CSR (www.pirac.org).

Aktivitas dan program nyata tanggung jawab sosial di Indonesia mengalami kemajuan yang pesat juga dibuktikan oleh salah satu perusahaan besar di Indonesia yaitu Unilever Indonesia. Unilever Indonesia telah membentuk Yayasan Unilever Indonesia Peduli (UPY) sejak tanggal 27 November 2000 sebagai langkah penting perwujudan komitmen tanggung jawab sosial perusahaan. Misalnya adalah menggali dan memberdayakan potensi masyarakat, memberikan nilai tambah bagi masyarakat, memadukan kekuatan para mitra, dan menjadi katalis bagi pembentukan kemitraan. Yayasan ini memfokuskan kegiatannya kedalam empat program utama, yaitu: program pengembangan usaha kecil menengah, program pelestarian sumber air, program daur ulang dan program pendidikan kesehatan masyarakat (Susanto,2009:89).

Konsep CSR berkembang pesat tidak hanya dalam bisnis konvensional tetapi juga dalam bisnis Islam. Konsep CSR dalam Islam erat kaitannya dengan perusahaan-perusahaan yang menjalankan kegiatan bisnisnya sesuai dengan konsep syariah, yang diharapkan perusahaan tersebut dapat melakukan tanggung jawab sosial perusahaan secara sesuai dengan prinsip syariah.

Berkembangnya CSR dalam ekonomi Islam juga turut meningkatkan perhatian masyarakat terhadap lembaga atau institusi syariah. Widiawati dan Raharja (2012), menjelaskan pasar modal sebagai lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek, dalam hal ini pasar modal syariah berperan penting dalam meningkatkan pangsa pasar efek-efek syariah pada perusahaan-perusahaan yang berpartisipasi dalam pasar modal syariah. Dewi (2012), menjelaskan salah satu produk pasar modal yang masih terbilang baru dan sedang berkembang adalah *Jakarta Islamic Index* (JII). JII adalah salah satu produk syariah dibursa Efek Indonesia yang menggambarkan kinerja saham syariah di Indonesia. Selain JII, produk saham saham syariah yang ada di Bursa Efek Indonesia adalah Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). ISSI merupakan indeks saham yang mencerminkan keseluruhan saham syariah yang tercatat di BEI (www.idx.co.id).

Dewi (2012), juga menjelaskan bahwa saham-saham syariah yang masuk dalam JII adalah saham-saham yang sudah lulus penyeleksian kriteria dari Bapepem-LK dan BEI. Selanjutnya perusahaan-perusahaan yang terdaftar dalam JII sudah bisa dipastikan memiliki kegiatan operasional yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, sehingga besar kemungkinan banyak investor muslim ataupun pihak berkepentingan muslim lainnya yang berinvestasi dan terkait kegiatan usaha dengan perusahaan tersebut. Oleh karena itu, seharusnya perusahaan tersebut membuat laporan tahunan yang berupa pengungkapan sosial dan pengungkapan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Salah satu upaya untuk meningkatkan kepercayaan para *stakeholder* dalam entitas bisnis adalah dengan mengungkapkan segala aspek sosial yang telah dilaksanakan. Dan tidak dapat dipungkiri, bahwa perkembangan pasar modal

syariah mendorong kesadaran para pemangku kepentingan entitas bisnis untuk mengungkapkan kinerja sosial entitas yang sesuai dengan prinsip syariah. Sampai saat ini, belum ada standar yang kuat tentang standar pelaporan dan pengukuran CSR untuk entitas bisnis Islam. Hal ini menyebabkan pelaporan CSR untuk entitas bisnis Islam masih menggunakan standar pelaporan CSR konvensional, yaitu masih mengacu kepada *Global Reporting Initiative* (Indeks GRI). Hal tersebut tentunya kurang tepat karena entitas bisnis Islam yang diakui sebagai emiten syariah dan dinyatakan memenuhi syariat Islam mempunyai kewajiban penuh mengungkapkan informasi yang membuktikan entitas bisnis Islam tersebut beroperasi sesuai dengan konsep Islam (Maulida, *et al*, 2014).

Pengukuran CSR dalam bisnis Islam menggunakan *Global Reporting Initiative* (Indeks GRI) dianggap kurang tepat karena tidak mencakup hal-hal yang dilarang dalam prinsip syariah misalnya, ketika pelaporan menggunakan Indeks GRI belum akan memberikan gambaran informasi pengungkapan yang menurut prinsip-prinsip Islam seperti terbebasnya dari unsur *Riba*, *gharar*, dan transaksi-transaksi lain yang dilarang oleh Islam. Sehingga beberapa tahun terakhir ini sejumlah ahli ekonomi Islam mulai menggagas bentuk pelaporan kinerja sosial institusi bisnis syariah. Beberapa bentuk pelaporan tersebut diantaranya adalah *Islamic Social Reporting Index* (ISR), *Shariah Enterprise Theory* (SET), dan *Islamic Performance Index*. Dari ketiga bentuk pelaporan kinerja sosial yang disebutkan diatas, ISR adalah bentuk pelaporan yang banyak diperbincangkan saat ini, hal ini terlihat dari banyaknya penelitian- penelitian terkini yang mengembangkan tentang konsep ISR. Beberapa peneliti sebelumnya yang meneliti tentang ISR diantaranya adalah Haniffa (2002), Haniffa dan Hudaib (2007), Othman, *et al* (2009), Othman, *et al* (2010), Fitria dan

Hartanti (2010), Sofyani, et al (2012), dan beberapa penelitian dalam bentuk skripsi juga telah ada di beberapa universitas di Indonesia (Gustani, 2013).

Haniffa (2002), menjelaskan bahwa ISR adalah salah satu upaya pelaporan dan pengungkapan atas aspek-aspek sosial dalam bisnis syariah yang sesuai dengan konsep Islam sebagai sebuah alternatif untuk menyempurnakan kelemahan dalam praktik di dalam bisnis syariah. Pelaporan sosial dalam pandangan Islam merupakan suatu proses pengidentifikasian, penyediaan, dan upaya mengkomunikasikan informasi-informasi sosial dan aktivitas lain yang terkait yang sejalan dengan kebutuhan informasi bagi pengambil keputusan sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada Allah dan umat dalam arti luas, untuk meningkatkan transparansi pengelolaan bisnis dihadapan umat Muslim dan Mencapai keridhaan Allah (Gustani, 2013).

ISR adalah tolok ukur dari pelaksanaan kinerja sosial perbankan syariah dan bisnis syariah lainnya yang berisi kompilasi item-item standar CSR yang ditetapkan oleh AAOFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*) yang kemudian dikembangkan oleh para peneliti selanjutnya terkait item-item CSR yang seharusnya diungkapkan oleh suatu entitas Islam. Item-item ISR yang dikembangkan kemudian disebut dengan Indeks ISR. Secara khusus, indeks ini adalah suatu perluasan dari *social reporting* yang menyempurnakan harapan masyarakat mengenai peran perusahaan dalam ekonomi dan peran perusahaan dalam perspektif spiritual. Indeks ISR diyakini dapat menjadi pijakan awal dalam hal standar pengungkapan CSR yang sesuai dengan Perspektif Islam (Fitria dan Hartanti, 2010).

Pengungkapan aktivitas ISR di Indonesia salah satu contohnya adalah yang dilakukan oleh perusahaan Astra International Tbk. Yaitu dengan dibentuknya

Yayasan Amaliah Astra (YAA), yayasan ini fokus pada kegiatan peningkatan kecerdasan intelektual, kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual. Kegiatan yayasan ini antara lain adalah menyelenggarakan parade baca Al-Quran pada peringatan Maulid Nabi Muhammad SAW dan Pesantren liburab Masjid Astra untuk putra putrid Karyawan Grup Astra. Juga dibentuknya Lazis Yayasan Amaliah Astra yang merupakan lembaga yang menghimpun dan mengelola serta menyalurkan zakat, infaq, dan shodaqoh (ZIS) karyawan Grup Astra dan masyarakat (Annual Report,2009:109).

Penelitian mengenai ISR dilakukan oleh Othman, et al (2009) yang menganalisis faktor yang mempengaruhi pengungkapan ISR pada perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Malaysia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, dan ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR sedangkan tipe industri tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Penelitian selanjutnya dilakukan juga oleh Lestari (2013), yang menganalisis faktor yang mempengaruhi pengungkapan ISR pada perbankan syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengungkapan ISR. Sedangkan Usia perusahaan dan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan ISR. Penelitian selanjutnya juga pernah dilakukan oleh Dewi (2012), yang menganalisis faktor yang mempengaruhi pengungkapan ISR di *Jakarta Islamic Index* (JII), hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, dan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan ISR. Sedangkan *Leverage*, likuiditas dan porsi kepemilikan saham perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan ISR.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, peneliti kali ini ingin melakukan pengembangan atas penelitian yang dilakukan oleh Othman *et al* (2009), Lestari (2013), Dewi (2012) dengan menggabungkan variabel yang telah diteliti. Serta melakukan pengujian ulang atas variabel likuiditas dan *leverage* dikarenakan hasil penelitian Dewi (2012) menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Selain itu objek penelitian menggunakan perusahaan yang terdaftar pada *Jakarta Islamic Index* (JII) dengan periode observasi selama lima tahun yaitu 2009-2013, berbeda dengan penelitian Dewi (2012) yang melakukan penelitian pada periode tiga tahun saja. Dengan adanya pengujian ulang atas variabel likuiditas dan *leverage* serta perpanjangan periode observasi diharapkan hasil penelitian dapat memberikan informasi dan pemahaman baru yang bisa memberikan manfaat bagi para pembaca.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*?
2. Apakah profitabilitas perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*?
3. Apakah likuiditas perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*?
4. Apakah *leverage* perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*?

5. Apakah ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*?

1.3 Batasan Penelitian

Agar penulisan skripsi ini tidak menyimpang dan mengambang dari tujuan yang semula direncanakan sehingga mempermudah mendapatkan data dan informasi yang diperlukan, maka penulis menetapkan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan enam item tema pengungkapan yaitu: tema pendanaan dan investasi, tema produk dan jasa, tema karyawan, tema masyarakat, tema lingkungan, dan tema tata kelola perusahaan. Sehingga diperoleh sejumlah 48 item pengungkapan.
2. Penelitian ini menguji pengaruh variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) periode 2009-2013 pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII).

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui, menguji dan menganalisis secara parsial pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.
2. Untuk mengetahui, menguji dan menganalisis secara parsial pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.
3. Untuk mengetahui, menguji dan menganalisis secara parsial pengaruh likuiditas perusahaan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

4. Untuk mengetahui, menguji dan menganalisis secara parsial pengaruh *leverage* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.
5. Untuk mengetahui, menguji dan menganalisis secara simultan pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas dan *leverage* perusahaan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi ataupun manfaat kepada, yaitu:

1. Bagi investor, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan kepada investor muslim dalam pengambilan keputusan tentang investasi.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang faktor yang mempengaruhi atas tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting*, serta tak lupa untuk memberikan pertimbangan kepada perusahaan yang terdaftar dalam *Jakarta Islamic Index* (JII) untuk senantiasa mengungkapkan *annual report* yang mencantumkan aspek-aspek Islam.
3. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi guna perumusan peraturan tentang kewajiban perusahaan untuk mengungkapkan *annual report* secara lengkap dan sesuai dengan konsep Islam dan bisnis syariah.
4. Bagi akademisi dan peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sedikit tambahan pengetahuan dan pemahaman terkait faktor yang berpengaruh dalam pengungkapan *Islamic Social reporting*, serta

dapat dijadikan pedoman atau referensi penelitian selanjutnya dengan tema terkait.