

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Reputasi sebuah perusahaan harus ditingkatkan dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Dowling (1994) mendefinisikan reputasi perusahaan sebagai hasil evaluasi (penilaian) yang menggambarkan citra perusahaan menurut masyarakat. Secara umum, tujuan perusahaan adalah memperoleh laba sehingga dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Meningkatnya reputasi perusahaan dapat menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya (Haruman, 2008). Reputasi perusahaan dilihat sebagai aset penting yang dapat digunakan untuk keunggulan kompetitif dan untuk meningkatkan kinerja (Bergh, Ketchen, *et. al.*, 2010).

Kinerja keuangan merupakan sebuah gambaran umum kondisi keuangan perusahaan pada umumnya, yang telah melalui tahapan proses audit oleh akuntan yang menghasilkan sebuah kesimpulan kondisi keuangan sebuah perusahaan (Ratnaputri, 2013). Dengan mengukur kinerja keuangan maka bisa diketahui tingkat keberhasilan perusahaan dalam menjalankan usahanya selama kurun waktu tertentu. Perbankan syariah di Indonesia menunjukkan adanya peningkatan dari aktivitas bisnis syariah. Dengan demikian, dapat dipastikan bahwa persaingan bisnis antar perusahaan juga semakin ketat. Oleh karena itu perusahaan harus senantiasa berupaya meningkatkan reputasi dan kinerjanya agar dapat

memberikan hasil yang memuaskan. Berikut adalah tabel perkembangan perbankan syariah di Indonesia dalam periode 4 tahun terakhir.

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah dan Jaringan
Kantor Perbankan Syariah di Indonesia
Tahun 2014 – 2017

Jumlah Perbankan Syariah	Tahun			
	2014	2015	2016	2017
Bank Umum Syariah	12	12	13	13
Jumlah Kantor	2.163	1.990	1.869	1.825
Unit Usaha Syariah	22	22	21	21
Jumlah Kantor	320	311	332	344
BPR Syariah	163	163	166	167
Jumlah Kantor	439	446	453	441

Sumber: Statistik Perbankan Syariah, 2018

Faktor prediktor yang dapat meningkatkan kinerja dan reputasi salah satunya adalah penerapan pengungkapan *Islamic corporate social responsibility disclosure*. *Islamic corporate social responsibility disclosure* adalah pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab kepada Allah dan *stakeholders*. Ditengah banyaknya perusahaan perbankan syariah, pengungkapan ICSR menjadi suatu hal yang penting bagi reputasi dan kinerja keuangan, karena lembaga keuangan syariah yang mengungkapkan ICSR dengan baik akan dipandang sebagai entitas yang dapat dipercaya oleh masyarakat muslim dalam menyalurkan dana mereka (Lestari, 2018).

Hal tersebut menunjukkan bahwa inisiatif pengungkapan ICSR bisa dijadikan sebuah strategi bisnis oleh perusahaan untuk meningkatkan reputasi dan kinerja keuangan perusahaan. Menurut Chapra (1992), di dalam syariat Islam suatu kegiatan tidak hanya dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan yang bersifat

material saja, tetapi juga harus dilandasi tanggung jawab terhadap agama. Berdasarkan pemaparan variabel prediktor dalam meningkatkan kinerja keuangan dan reputasi telah banyak dilakukan penelitian. Penelitian yang menyatakan bahwa ICSRD berpengaruh positif terhadap reputasi diantaranya.

Penelitian Nisa dan Kurniasari (2017) menyatakan bahwa pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap reputasi perusahaan. Menurutnya, pelaksanaan ICSR tidak hanya dipandang sebagai alat promosi semata namun dapat dipandang sebagai keunggulan bersaing dalam strategi bisnis perusahaan. ICSR dapat memberikan citra positif terhadap perusahaan yang selanjutnya respon positif tersebut diimplementasikan oleh konsumen melalui pembelian produk perusahaan sehingga dengan banyaknya produk yang terjual akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Arifin dan Wardani (2016) juga sependapat bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap reputasi perusahaan. Penelitian lain yang memiliki hasil serupa yaitu Sidik dan Reskino (2016), Arshad dan Othman (2012), Widyasari *et. al.* (2015), serta Suhardjanto dan Nugraheni (2012) bahwa ICSR berpengaruh positif signifikan terhadap reputasi perusahaan. Sedangkan penelitian yang menyatakan bahwa ICSRD berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan diantaranya.

Nisa dan Kurniasari (2017), berpendapat bahwa ICSR berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROA dan ROE, semakin tinggi pengungkapan informasi sosial maka semakin besar pula kinerja keuangannya. Penelitian lain yang memiliki hasil serupa yaitu Arshad, *et.al.*

(2012), Suciwati *et. al* (2017), Dewi dan Widagdo (2012) serta Platnova, *et. al.* (2015) bahwa ICSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan syariah.

Namun hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian Arifin dan Wardani (2016) bahwa *Islamic corporate social responsibility* mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap ROE, tetapi tidak berpengaruh terhadap ROA. Hasil yang serupa juga diungkapkan oleh Sidik *et. al.* (2016), yang menyatakan bahwa *Islamic corporate social responsibility* hanya berpengaruh positif tetapi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Penelitian ini adalah replikasi dari penelitian Arifin dan Wardani (2016). Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu pengukuran untuk variabel kinerja keuangan syariah menggunakan metode *Sharia Conformity and Profitability* (SCnP) dimana pada penelitian ini memilih aspek syariah Pendapatan Islami. Metode SCnP merupakan metode pengukuran kinerja keuangan yang telah disesuaikan dengan perbankan syariah dengan menggabungkan sisi konvensional dan syariah.

1.2 Rumusan Masalah

Islamic corporate social responsibility disclosure menjadi suatu hal yang penting bagi reputasi dan kinerja perbankan syariah karena dengan mengungkapkan dana dan kegiatan CSR secara transparan sesuai syariat Islam, masyarakat Indonesia yang mayoritas Muslim menjadi simpati dan percaya untuk menyalurkan dana mereka kepada perbankan syariah. Penerapan ICSR merupakan investasi masa depan, karena melalui hubungan timbal balik

masyarakat juga akan ikut menjaga kejayaan perusahaan. Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, maka rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah ICSRD berpengaruh terhadap reputasi bank umum syariah?
2. Apakah ICSRD berpengaruh terhadap kinerja keuangan syariah bank umum syariah?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis secara empiris :

1. Pengaruh ICSRD terhadap reputasi Bank Umum Syariah.
2. Pengaruh ICSRD terhadap kinerja keuangan syariah Bank Umum Syariah

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini ditujukan untuk akademisi, diharapkan dapat menambah wawasan, sumbangan ilmu pengetahuan dan referensi bagi penelitian yang sejenis dalam bidang ilmu ekonomi terutama mengenai pengaruh ICSR terhadap reputasi dan kinerja keuangan syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bank Umum Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada bank syariah dalam bentuk kontribusi sebagai masukan untuk dilakukannya lebih banyak pengungkapan tindakan-tindakan sosial secara syariah yang diharapkan mampu meningkatkan minat masyarakat terhadap bank syariah di Indonesia.

b. Bagi Regulator

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai efektivitas peraturan yang telah dikeluarkan oleh OJK betapa pentingnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam perusahaan sehingga dapat meningkatkan praktik *Corporate Social Responsibility* di Indonesia. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat mendorong pihak regulator untuk terus memperbaiki peraturan yang sudah ada.

c. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang laporan keuangan tahunan sehingga dapat dijadikan sebagai acuan untuk pembuatan keputusan investasi.