

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan. Mulai dari pembuatan regulasi dan kebijakan CSR, inovasi program hingga upaya menjalin kemitraan dalam CSR, meski upaya yang dilakukan masih banyak hambatan. Secara resmi, pemerintah Indonesia melalui Undang-undang nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas telah mewajibkan perusahaan yang bergerak dibidang sumber daya alam untuk melaksanakan sekaligus melaporkan inisiatif CSR mereka. CSR lebih lanjut dimaknai sebagai komitmen perusahaan atau organisasi untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup karyawan dan juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas. Sejalan dengan makin meningkatnya pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam dunia bisnis, maka semakin meningkat pula keinginan untuk membuat pelaporan *social* atau yang sering disebut dengan *Social Reporting*.

Pelaksanaan dalam pelaporan CSR juga dilakukan pada perusahaan manufaktur. Perusahaan manufaktur yang beroperasi dengan prinsip syariah memiliki standar pelaporan sosial tersendiri yang disebut *Islamic Social Reporting*. *Islamic Social Reporting* merupakan perluasan dari sistem pelaporan keuangan yang merefleksikan perkiraan yang baru dan yang lebih luas dari

masyarakat sehubungan dengan peran komunitas bisnis dalam perekonomian (Hannifa, 2002). Faktor penting yang menjadi dasar syariah dalam pembentukan *Islamic Social Reporting* (ISR) adalah Tauhid (Tuhan Yang Esa) dan tidak menyekutukan-Nya, menyerahkan segala urusan kepada Allah dan tunduk terhadap segala perintah-Nya, meyakini bahwa kepunyaan Allah lah kerajaan langit dan bumi (Qur'an 57:5), dan kemudian kepadanya lah kamu dikembalikan (Qur'an 2:28). Hal tersebut mengarahkan pandangan seseorang muslim untuk mau menerima segala ketentuan yang telah ditetapkan oleh syariat Islam berdasarkan dua sumber utama yaitu Qur'an dan Hadist. Syariah menjadi dasar dalam setiap aspek kehidupan seorang muslim dan sangat berpengaruh dalam kemakmuran seluruh umat (masyarakat).

*Islamic Social Reporting* (ISR) masih bersifat sukarela (*voluntary*), sehingga pelaporan sosial setiap perusahaan menjadi tidak sama. Riset terdahulu membuktikan bahwa perusahaan di Indonesia rata-rata pelaporan ISR oleh laporan tahunan sebesar 68,08% (Umiyati dan Baquni, 2018). Riset lain oleh Prasetyoningrum, (2018) pengungkapan ISR pada perusahaan manufaktur pada tahun 2016 rata rata sebesar 61,36%. Meskipun pengungkapan ISR sudah mengalami peningkatan dari waktu ke waktu namun hingga saat ini pengungkapan ISR belum optimal.

Berdasarkan penelitian terdahulu terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi ISR yaitu, ICG, *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan (*size*). Faktor yang pertama mempengaruhi pengungkapan ISR adalah *Islamic Corporate Governance* (ICG). ICG adalah sistem cek dan balans antara pihak-

pihak internal dan eksternal perusahaan yang memberikan keyakinan bahwa perusahaan menjalankan akuntabilitasnya kepada semua *stakeholders* dan bertindak dalam kerangka pertanggung jawaban untuk seluruh area aktivitas perusahaan. (Solomon dan Soloman, 2004). *Corporate Governance* yang baik menentukan kemampuan perusahaan untuk melindungi kepentingan para *stakeholder* (Abdullah, 2010). Penelitian Kurniawati (2016) telah membuktikan bahwa *Islamic Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap *Islamic Social Reporting*. Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Haribowo (2017) menyatakan bahwa ICG tidak memiliki pengaruh terhadap ISR.

Faktor lain yang mempengaruhi ISR yakni *leverage*. *Leverage* mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang (Irham, 2013). Perusahaan dengan *leverage* yang tinggi, akan cenderung lebih rendah dalam melakukan pengungkapan ISR. Hal ini dikarenakan perusahaan yang mempunyai *leverage* tinggi lebih mementingkan pembayaran utang perusahaan dibandingkan dengan melakukan kegiatan lingkungan maupun sosial yang dianggap sebagai beban perusahaan. Hasil penelitian Eksandy (2018) bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasanah,dkk (2017) bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR).

Profitabilitas juga mempengaruhi pengungkapan ISR. Profitabilitas merupakan salah satu indikator keberhasilan perusahaan untuk dapat menghasilkan laba sehingga semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bagi perusahaannya. Menurut

Purwanto (2011), perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan tersedia dana yang cukup untuk mengungkapkan ISR meningkatkan kesejahteraan pemilik, karyawan, serta meningkatkan mutu produk dan melakukan investasi baru (kasmir, 2013). Penelitian Taufik, Widiandi dan Rafiqoh (2015) telah membuktikan bahwa Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap *Islamic Social Reporting (ISR)*. Berbeda halnya dengan hasil penelitian Suryadi & Lestari (2018) bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi ISR yakni ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan tingkat identifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan (Adawiyah, 2013). Semakin besar ukuran perusahaan, biasanya informasi yang tersedia terkait pengungkapan tanggung jawab sosial yang ingin disampaikan kepada investor semakin besar pula. Informasi pengungkapan ini dibutuhkan investor sebagai dasar pengambilan keputusan sehubungan dengan investasi dalam perusahaan tersebut (Siregar dan Utama, 2005). Semakin besar ukuran perusahaan maka kemungkinan semakin banyak pula investor yang menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Banyaknya pemegang saham disuatu perusahaan, menandakan bahwa suatu perusahaan tersebut cenderung memiliki permintaan yang lebih akan informasi pelaporan perusahaannya, dan perusahaan seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan informasi yang lebih banyak kepada para pemegang saham. Penelitian yang dilakukan Eksandy (2018) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Pengungkapan *Islamic Social*

*Reporting* (ISR). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ningrum & Asandimitra (2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan ISR.

Hasil-hasil penelitian terdahulu yang tidak konsisten memotivasi untuk dilakukan kembali penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi ISR. Penelitian ini mengacu pada penelitian Taufik, Widianti dan Rafiqoh (2015). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Taufik, Widianti dan Rafiqoh (2015) adalah: (1) Penelitian ini menambahkan satu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan diprediksi dapat mempengaruhi ISR karena semakin besar ukuran perusahaan syariah, semakin bertambah pula para pemangku kepentingan muslim yang ikut mempengaruhi atau dipengaruhi oleh kegiatan bisnis perusahaan tersebut. (2) Penelitian ini menggunakan populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* periode tahun 2015-2018 sedangkan penelitian Taufik, Widianti dan Rafiqoh (2015) menggunakan populasi perbankan syariah periode tahun 2010-2013.

## **1.2 Rumusan Masalah**

*Islamic Social Reporting* sangat penting artinya bagi perusahaan manufaktur. karena dengan ISR dapat membantu *stakeholder* muslim yang memberikan penilaian terhadap sebuah perusahaan, dan juga untuk membantu perusahaan dalam melakukan pemenuhan kewajiban terhadap Allah SWT dan masyarakat (Haniffa, 2002). Penelitian tentang pengungkapan ISR sudah pernah dilakukan sebelum-sebelumnya, seperti *Islamic Social Reporting* (ISR) yang dipengaruhi oleh *Islamic Corporate Governance* (ICG) (Kurniawati, 2016 ;

khasanah, dkk (2017), *Leverage* (Ningrum & Asandimitra, 2017; Wulandari & Wiksuana, 2017; Rudangga & Sudiarta, 2016; Susilaningrum, 2016; Dewi & Wirajaya, 2016), Profitabilitas (Siddi, Widiastuti & Chomastu, 2017 ; Khasanah & Yulianto, 2015 ; Ramadhani, 2016). Ukuran perusahaan (Suryana & Rahayu, 2018; Wulandari & Wiksuana, 2017; Kusumayanti & Astika, 2016; Rudangga & Sudiarta, 2016; Pramana & Mustanda, 2016; Putra & Lestari, 2016). Namun hasil-hasil penelitian tersebut belum konsisten.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *Islamic Corporate Governance* (ICG) terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) ?
2. Bagaimana pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) ?
3. Bagaimana pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) ?
4. Bagaimana pengaruh Ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah, penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis *Islamic Corporate Governance* (ICG) terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR).

2. Untuk menguji dan menganalisis *Leverage* terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR).
3. Untuk menguji dan menganalisis Profitabilitas terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR).
4. Untuk menguji dan menganalisis Ukuran Perusahaan terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR).

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, hasil penelitian ini diharapkan akan memberi manfaat kepada berbagai pihak:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi tambahan bagi penelitian lanjutan mengenai faktor-faktor yang mengenai pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk memberikan masukan bagi pengambilan kebijakan dan keputusan peningkatan pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR).

- b. Bagi investor

Penelitian ini dapat digunakan investor sebagai referensi dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi yang menguntungkan pada perusahaan.