

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan dalam menjalankan operasinya selalu diarahkan pada pencapaian tujuan, yaitu meningkatkan kemakmuran para pemegang saham (*stockholder*). Kesejahteraan pemegang saham dapat ditingkatkan tersebut dapat dilihat dari kemampuan kinerja perusahaan karena dapat memberikan informasi mengenai tujuan atau keberhasilan perusahaan. Keberhasilan dalam mencapai tujuan perusahaan biasanya identik dengan pencapaian keuntungan yang tinggi yang ditunjukkan oleh perusahaan, sehingga di mata para investor perusahaan tersebut memiliki reputasi yang tinggi dan memiliki kinerja keuangan yang maksimal.

Reputasi perusahaan merupakan hasil dari evaluasi atau penilaian yang memberi gambaran bagaimana citra perusahaan menurut masyarakat (Dowling, 1994 dalam Arifin dan Wardani, 2016). Perusahaan yang memiliki reputasi baik memiliki kecenderungan untuk memiliki sumber daya langka dan berharga serta merupakan sumber keunggulan daya untuk mendapatkan *above average return*. Mempertahankan keunggulan, memerlukan komitmen dari manajemen perusahaan terhadap reputasi perusahaan (Barney, 1991). Reputasi perusahaan ditentukan dari perhatian pelaku bisnis terhadap pelaporan ekonomi, sosial dan lingkungan (Misani, 2017). Penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa apabila perusahaan memperhatikan isu tentang kepedulian lingkungan dan sosial, maka akan mempengaruhi reputasi

perusahaan, sehingga investor tertarik melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Branco dan Rondrigues (2006) menjelaskan bahwa kepedulian lingkungan memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan reputasinya dalam persepsi stakeholders yang luas, baik termasuk pelanggan, pemasok, pesaing, bank dan investor.

Reputasi dan kinerja keuangan merupakan ukuran tingkat keberhasilan manajemen perusahaan dalam mengelola sumberdaya keuangan yang dimilikinya, terutama pada pengelolaan investasi (Elizabeth, 2000 dalam Kadek, dkk, 2015). Reputasi perusahaan telah dianggap sebagai asset tidak berwujud atau sumber daya yang berharga langka, tidak mudah ditiru dan non-substitusi bagi perusahaan (Barney, 1991 dalam Putridan Hatane, 2016). Begitu halnya dengan kinerja keuangan perusahaan yang bernilai tinggi akan menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi pula bagi pemegang saham. Untuk meningkatkan reputasi perusahaan dan kinerja keuangan, maka tidak lepas karena peran perusahaan untuk peduli terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan (*Islamic Corporate Social Responsibility*).

Islamic Corporate Social Responsibility menjadi pembicaraan yang banyak dibicarakan di banyak negara yang penduduknya mayoritas muslim, termasuk Indonesia. *Islamic Corporate Social Responsibility* sebagai dasar etika dalam bisnis. Islam memiliki konsep hidup yang sangat lengkap dan mengarahkan setiap fase kehidupan manusia termasuk spiritualitas, bisnis dan keadilan dalam kehidupan sosial

(Rice, 1999 dalam Arifin dan Wardani, 2016). Bentuk kerusakan lingkungan menjadi hal yang sangat bertentangan dengan hukum Islam, sehingga perusahaan tidak boleh melanggar ketentuan. Menurut Deegan, et,al (2002) menyatakan bahwa CSR telah menjadi pengendali penting dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, dimana perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang bagus akan direspon positif oleh para investor melalui fluktuasi harga saham yang semakin naik.

Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) juga sebagai bentuk upaya yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan reputasi perusahaan dengan menghadirkannya sebagai kegiatan manusiawi yang penuh kebajikan dan bertanggung jawab secara sosial, namun juga dapat dianggap sebagai masker untuk mengejar keuntungan tanpa hambatan (Arifin dan Wardani, 2016). Perusahaan pastinya akan lebih memperhatikan pertanggungjawaban sosialnya kepada masyarakat karena perusahaan yang mengedepankan pelanggan akan bertanggungjawab sehingga hal tersebut dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan dapat meningkatkan penjualan (Daud, 2016). Menurut teori yang dikemukakan Deegan, et,al (2002) bahwa pengungkapan CSR telah menjadi pengendali penting dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, dimana perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang bagus akan direspon positif oleh para investor melalui fluktuasi harga saham yang semakin naik.

Kegiatan usaha dalam Islam tidak diartikan hanya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan material kegiatan saja, namun juga harus dilakukan untuk memberikan

pemenuhan tanggung jawab dalam agama juga (Capra, 1992 dalam Arifin dan Wardani, 2016). Berdasarkan analisa tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa dalam meningkatkan reputasi perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan tidak lepas tingginya kepedulian perusahaan terhadap tanggung jawab lingkungan dan sosial. Tanggung jawab perusahaan terhadap kepedulian lingkungan dan sosial mempunyai keterikatan dengan tata kelola perusahaan (*Good Corporate Governance*).

Begitu halnya dengan perbankan syariah bahwa kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam kegiatan operasionalnya merupakan fokus utama dalam penilaian prestasi perbankan syariah, karena laba merupakan indikator kemampuan dari perusahaan untuk memperoleh tingkat pengembalian saham juga merupakan elemen penting dalam meningkatkan reputasi perusahaan dan kinerja keuangan perusahaan sebagai prospek perusahaan di masa yang akan datang. Bank syariah sebagai lembaga intermediasry keuangan diharapkan dapat menampilkan lebih baik dibandingkan dengan bank konvensional. Baik buruknya bank syariah dapat diketahui dari kinerja keuangannya yang bermanfaat dalam pengambilan keputusan.

Hal yang melatarbelakangi permasalahan bahwa perkembangan perbankan syariah saat ini masih jauh dari harapan, dimana perkembangan perbankan syariah cenderung stagnan di tengah tingginya penduduk muslim Indonesia yang terbesar di dunia. Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa Indonesia hanya mampu berada di urutan kesembilan dari 10 negara Islam lainnya (Kompas, 2018). Data

tersebut memberikan bukti bahwa perbankan syariah di Indonesia mengalami perlambatan perkembangannya. Kinerja keuangan perbankan syariah di Indonesia tidak sebaik bila dibandingkan dengan bank konvensional, artinya bahwa perbankan syariah tidak lebih baik apabila dibandingkan dengan bank konvensional. Hal tersebut tidak lepas karena kurangnya tata kelola yang baik (*corporate governance*) di bank syariah yang perlu ditingkatkan (Hamdani, et,al, 2018). Dalam hal ini sudah saatnya bank syariah dilakukan tata kelola yang baik sehingga layaknya sebuah bisnis yang mencari keuntungan yang sama baiknya dengan bank konvensional atau sudah selayaknya pengertian riba tidak hanya menyangkut soal pengertian bunga, akan tetapi menyangkut besar kecilnya bagi hasil.

Penelitian tentang reputasi dan kinerja keuangan telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Arifin dan Wardani (2016), Saeidi dan Sofian (2015), Esen (2013) dan Farook, et.al (2010) menyatakan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan. Begitu halnya dengan penelitian Mulyono (2015) bahwa CSR berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan. Adanya perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nisa' dan Kurniasari (2017) yang menyatakan bahwa ICSR justru tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan Adisaputra, dkk (2016), Harahap, dkk (2017) menunjukkan bahwa ICSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

Begitu halnya dengan penelitian Rustam dan Hanafi (2019) juga menunjukkan hasil yang sama bahwa ICSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Arifin dan Wardani (2016), Firli dan Akbar (2016) menunjukkan bahwa ICSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi penelitian yang inkonsisten antara peneliti satu dengan lainnya. Hasil temuan menunjukkan bahwa penelitian satu menyatakan ada pengaruh, sedangkan penelitian lainnya tidak ada pengaruh. Untuk itu peneliti perlu mengkaji ulang dengan melakukan penelitian dengan mengacu pada penelitian Arifin dan Wardani (2016). Ada beberapa hal yang membedakan antara penelitian sekarang dan penelitian terdahulu bahwa pada penelitian ini kinerja keuangan tidak hanya diukur dengan ROA dan ROE saja, akan tetapi juga diukur dengan *Gross Profit Margin (GPM)* dan *Net Profit Margin (NPM)*. Penambahan GPM dengan pertimbangan untuk menghitung persentase kemampuan perusahaan dalam menentukan kelebihan laba kotor terhadap pendapatan penjualan yang diperoleh perusahaan, sedangkan penambahan NPM yaitu untuk menentukan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba bersih setelah pajak, sehingga dapat dijadikan perbandingan bagaimana perusahaan memperoleh laba kotor dan laba bersih (Sawir, 2012:68). Perbedaan lainnya terletak pada obyek penelitian, dimana pada penelitian sebelumnya menggunakan bank syariah, maka dalam penelitian ini menggunakan obyek perbankan syariah agar lebih luas lagi dengan periode pengamatan yang lebih panjang yaitu periode 2014 hingga 2018.

1.2. Perumusan Masalah

Dalam penelitian ini reputasi perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu ICSR (Arifin dan Wardani, 2016; Saeidi dan Sofian, 2015; Esen, 2013; dan Farook, et.al, 2010; Mulyono, 2015; Nisa' dan Kurniasari, 2017), ICSR terhadap kinerja keuangan (Adisaputra, dkk, 2016; Harahap, dkk, 2017; Rustam dan Hanafi, 2019; Arifin dan Wardani, 2016; Firli dan Akbar, 2016).

Penelitian mengenai pengaruh ICSR terhadap reputasi perusahaan dan kinerja keuangan sudah sering dilakukan, tetapi hasilnya masih menunjukkan adanya *research gap*, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut. Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka pertanyaan yang diajukan dalam perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap reputasi perusahaan pada perbankan syariah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan pada perbankan syariah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan tentunya memiliki tujuan-tujuan tertentu. Adapun yang menjadi tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui menganalisis pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap reputasi perusahaan pada perbankan syariah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja keuangan pada perbankan syariah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terbagi menjadi 2 kelompok yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktisi. Manfaat dari penelitian adalah antara lain sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini kiranya dapat digunakan sebagai bahan yang penunjang untuk penelitian yang selanjutnya serta wacana dalam mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang akuntansi.

- b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Bagi Perusahaan

Penelitian ini kiranya dapat digunakan sebagai wacana bagi perusahaan untuk pengambilan keputusan terutama dalam mempertimbangkan pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap reputasi perusahaan dan kinerja keuangan

- 2) Bagi Masyarakat

Penelitian ini kiranya dapat digunakan sebagai bahan bacaan untuk menambah dan mengembangkan wawasan serta pengetahuan terkait

pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap reputasi perusahaan dan kinerja keuangan.

3) Bagi Pihak Investor

Penelitian ini kiranya sebagai gambaran untuk pihak investor untuk melihat gambaran tentang laporan keuangan yang dijadikan acuan pembuatan keputusan saat berinvestasi.