

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Nilai perusahaan merupakan kinerja suatu perusahaan yang mempengaruhi pandangan pasar maupun investor terhadap perusahaan. Jika kinerja perusahaan baik maka laba yang diperoleh akan semakin tinggi dan berdampak pada besarnya kemakmuran pemilik. Menurut Mardiyanti (2012) nilai perusahaan yang go public di pasar modal tercermin dalam harga saham perusahaan, sedangkan nilai perusahaan yang belum go public di pasar modal, nilainya terealisasi apabila perusahaan akan dijual yang dilihat melalui prospek perusahaan, resiko usaha, lingkungan usaha dan lain-lain.

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya. Karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat. Peningkatan nilai perusahaan bisa dicapai apabila manajemen perusahaan dan pemilik mampu menjalin kerja sama yang baik dengan pihak lain diantaranya meliputi *shareholder*, *stakeholder*, investor, kreditor, pemerintah dan masyarakat, dalam membuat keputusan-keputusan keuangan seperti menilai pengelolaan aset dan laba yang dilakukan oleh manajemen perusahaan berdasarkan laporan keuangan yang dijadikan sebagai

dasar pengambilan suatu keputusan. Sehingga melalui pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) diharapkan dapat meningkatkan citra dan reputasi perusahaan yang akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan (Wahyudi dan Pawestri, 2006).

Islamic Social Reporting adalah standar pelaporan kinerja sosial perusahaan berbasis syariah. *Islamic Social Reporting* merupakan kerangka khusus untuk pelaporan pertanggung jawaban sosial yang sesuai dengan prinsip islam. Tujuan dari *Islamic Social Reporting* sendiri adalah sebagai bentuk akuntabilitas perusahaan kepada Allah SWT dan masyarakat dan juga meningkatkan transparansi kegiatan bisnis dengan menyajikan informasi yang relevan dengan memperhatikan kebutuhan spiritual investor muslim atau kebutuhan syariah dalam pengambilan keputusan.

Islamic Social Reporting terdiri atas item-item standar CSR yang di tetapkan AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Institutions*) dan kemudian dikembangkan lagi oleh para peneliti mengenai item-item CSR yang patut diungkapkan oleh suatu entitas islam. Indeks ISR tersebut berisi 6 (enam) tema antara lain : investasi dan keuangan, produk dan jasa, karyawan, masyarakat, lingkungan, serta tata kelola perusahaan. Masing-masing tema memiliki indikator-indikator, yang seluruhnya berjumlah 48 indikator.

Untuk melaksanakan *Islamic Social Reporting* (ISR) yang efektif dan sesuai dengan prinsip islam, maka harus didukung dengan kekuatan financial yang bagus, apabila pengungkapan *Islamic Social Reporting* masih merupakan kegiatan sukarela yang harus di landasi oleh kesadaran sendiri oleh perusahaan. *Islamic Social Reporting* merupakan kegiatan non-financial yang membutuhkan dana yang besar untuk melaksanakannya, sesuai dengan Peraturan Menteri BUMN No. 4

Tahun 2007 bahwa dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diambil 2% laba bersih, sehingga perusahaan yang mengungkapkan *Islamic Social Reporting* secara penuh harus didukung oleh kinerja keuangan yang bagus.

Selain kinerja keuangan yang bagus perusahaan juga perlu meningkatkan kinerja untuk dapat bertahan dalam situasi krisis atau memenangkan persaingan dalam era globalisasi, di karenakan dalam dunia perbankan pasti akan selalu di hadapkan pada berbagai macam resiko dalam menjalankan operasinya. Sehingga untuk meminimalisir resiko-resiko yang akan terjadi maka perbankan perlu bertindak rasional dalam arti lebih memperhatikan masalah efisiensi. Dengan adanya efisiensi pada lembaga perbankan terutama efisiensi biaya maka akan diperoleh tingkat keuntungan yang lebih optimal salah satunya dengan menggunakan rasio biaya operasional pendapatan operasional (BOPO).

Menurut Jusuf (2008), biaya operasional adalah biaya-biaya yang tidak berhubungan langsung dengan produk perusahaan tetapi berkaitan dengan aktifitas operasi perusahaan sehari-hari. Salah satu hal yang dapat dilakukan perusahaan yaitu, dengan melakukan efisiensi terhadap biaya operasional perusahaan. Efisiensi biaya dilakukan bertujuan untuk mengukur sejauh mana perusahaan dapat menekan biaya operasi yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan profit yang diinginkan agar mampu bertahan dalam persaingan di dunia bisnis.

Selain itu dalam setiap perusahaan akan selalu dihadapkan pada permasalahan penting salah satunya yaitu masalah dalam pengelolaan keuangan, salah satunya adalah kebijakan pendanaan (*Leverage*). Kebijakan tersebut akan berdampak pada nilai perusahaan yang tercermin dalam harga pasar saham perusahaan, kebijakan ini terkait dengan bagaimana perusahaan memenuhi kebutuhan dananya. Kebijakan pendanaan berhubungan dengan penentuan

seberapa besar jumlah modal yang akan dikelola serta komposisi modal yang diinginkan perusahaan. Sumber dana internal perusahaan berasal dari laba ditahan, sedangkan sumber dana eksternal biasanya dari para kreditur dan pemilik, peserta atau pengambilan bagian dalam perusahaan.

Salah satu keputusan yang diambil untuk kelangsungan operasi perusahaan adalah kebijakan *Leverage*. Kebijakan *Leverage* yang diambil oleh perusahaan diharapkan dapat menghasilkan struktur modal yang maksimal. Menurut Harapan (2013), *Leverage* adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal.

Sebelumnya telah banyak dilakukan penelitian untuk menguji faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting*, adapun penelitian yang dilakukan Ari Kristin P. (2018) mengungkapkan bahwa Efisiensi Biaya (BOPO) berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Menurut Iwan Setiawan dkk (2018) mengungkapkan bahwa *Islamic Social Reporting* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Menurut Febry Rahmadhani (2016) mengungkapkan bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Menurut Rahma A. & Wisnu M. (2018) mengungkapkan bahwa Efisiensi Biaya (BOPO) berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan. Menurut Dedi Rossidi S. (2018) mengungkapkan bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Ari Kristin P. (2018), yang menggunakan variabel Efisiensi Biaya, *Leverage* yang berpengaruh terhadap

pengungkapan Islamic Social Reporting dan menambahkan satu variabel yaitu Nilai Perusahaan. Alasan menambahkan variabel Nilai Perusahaan karena digunakan untuk pengukuran kinerja perusahaan. Apabila kinerja perusahaan baik maka laba yang diperoleh akan semakin tinggi.

Berdasarkan reseach gap diatas, penelitian yang akan dilakukan saat ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Penelitian ini mengembangkan model baru dari model-model penelitian sebelumnya yaitu Ari Kristin P. (2018).Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya adalah dimana pengungkapan *Islamic Social Reporting* sebagai variabel intervening dan menambah satu variabel yaitu Nilai Perusahaan. Oleh sebab itu, maka penelitian yang akan dilakukan saat ini akan menguji pengaruh Efisiensi Biaya (BOPO), Leverage Terhadap *Islamic Social Reporting* Dan Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena dan research gap yang dilakukan diatas ditemukan masalah masih adanya ketidak konsistenan temuan hasil penelitian mengenai pengaruh efisiensi biaya, leverage terhadap *islamic social reporting* dan implikasinya terhadap nilai perusahaan. Disatu sisi pengungkapan *islamic social reporting* dianggap penting dalam pelaporan pertanggung jawaban sosial yang berbasis syariah dan nilai perusahaan merupakan kinerja suatu perusahaan yang mempengaruhi pandangan pasar maupun investor terhadap perusahaan.

Tapi di sisi lain ditemukan keduanya bukan penentu kinerja perusahaan. Oleh karena itu, masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: “Bagaimana

pengaruh efisiensi biaya, leverage terhadap pengungkapan *islamic social reporting* agar dapat meningkatkan nilai perusahaan ?”

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas maka pertanyaan penelitian diajukan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Efisiensi Biaya terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*?
2. Bagaimana pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* ?
3. Bagaimana pengaruh Efisiensi Biaya terhadap Nilai Perusahaan ?
4. Bagaimana pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan ?
5. Bagaimana pengaruh *Islamic Social Reporting* terhadap Nilai Perusahaan ?
6. Apakah *Islamic Social Reporting* memediasi Efisiensi Biaya terhadap Nilai Perusahaan ?
7. Apakah *Islamic Social Reporting* memediasi *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, tujuan penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh Efisiensi Biaya terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* terhadap nilai suatu perusahaan perusahaan.
2. Menguji pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* terhadap nilai suatu perusahaan.

2. Menguji pengaruh pengungkapan *Islamic Social Reporting* terhadap Nilai Perusahaan.
3. Menguji pengaruh Efisiensi Biaya terhadap Nilai Perusahaan.
4. Menguji pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan.
5. Mengetahui pengaruh Efisiensi Biaya terhadap Nilai Perusahaan dengan *Islamic Social Reporting* sebagai variabel intervening.
6. Mengetahui fungsi *Islamic Social Reporting* untuk memediasi pengaruh Efisiensi Biaya terhadap Nilai Perusahaan.
7. Mengetahui fungsi *Islamic Social Reporting* untuk memediasi pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai wacana untuk menambah ilmu pengetahuan khususnya dibidang akuntansi keuangan.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu sumber informasi dan bahan pertimbangan pengambilan kebijakan, membantu memberikan kontribusi bagi praktisi akuntansi di masa yang akan datang dan memeberikan wawasan serta wacana kepada pihak perusahaan dalam mengembangkan pengungkapan *Islamic Social Reporting*.