

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang mempunyai penduduk beragama muslim terbesar di dunia, maka sudah seharusnya untuk menjalankan aktivitas dan kegiatannya harus sesuai dengan aturan yang ditetapkan oleh Allah SWT. Dengan kondisi yang demikian pembuat perkembangan bisnis di Indonesia yang berbasis Islam berkembang dengan baik, hal ini ditandai dengan banyak bermunculan entitas lembaga keuangan berbasis syariah. Mayoritas penduduk Indonesia beragama muslim menjadi besar kemungkinan kegiatan bisnis berbasis syariah diminati bahkan menarik para investor muslim atau pihak yang berkepentingan muslim lainnya yang ingin berinvestasi dalam kegiatan bisnis tersebut. Dengan demikian pembuatan laporan keuangan yang baik sesuai prinsip syariah perlu dilakukan oleh perusahaan dan perusahaan perlu melaporkan *Corporate Social Responsibility* atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Perseroan terbatas khususnya bidang syariah terus berkembang pesat di Indonesia salah satunya adalah Bank Umum Syariah (BUS). Bank umum syariah berkembang pesat di Indonesia dengan ditandai adanya perkembangan kantor cabang maupun kantor cabang pembantu yang tersebar didirikan di seluruh daerah Indonesia. Dari data Statistik Perbankan Syariah tahun 2020 yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang diperbarui Januari 2020 terdapat sejumlah 14 bank syariah dengan total kantor cabang sejumlah 1.922 unit yang tersebar di seluruh daerah Indonesia (www.ojk.go.id).

Dalam dekade terakhir tanggung jawab sosial (CSR) menjadi sorotan penting (Jannah dan Asrori, 2016). Sedangkan Menurut (Schermerhorn, 2004) *Corporate Social Responsibility* adalah suatu kepedulian organisasi bisnis bertindak dengan cara-cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan organisasi dari kepentingan publik eksternal. Di Indonesia sendiri CSR didukung oleh Pemerintah dengan adanya Undang-undang No.40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas pada Pasal (66 ayat 2c) tentang perseroan terbatas wajib melaporkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan serta undang-undang No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman modal sebagai payung hukum (Yentisna et al, 2019).

CSR sendiri mengacu pada keberlanjutan konsep yang dikemukakan oleh (Friedman,1982) yaitu *triple botton line* dimana perusahaan tidak hanya berfokus pada faktor ekonomi (profit), melainkan tanggung jawab terhadap kehidupan masyarakat sosial (*people*) dan lingkungan (*planet*). *Corporate Social Responsibility (CSR)* ini berarti bahwa perusahaan peduli terhadap kondisi dalam dan luar perusahaan serta masyarakat dan lingkungan.

Selama ini konsep CSR masih mengacu pada indeks *GRI (Global Reporting Initiative Indeks)* yang dimana GRI dalam pelaksanaannya menggunakan prinsip pelaporan tanggung jawab sosial yang bersifat konvensional dan belum menggambarkan prinsip-prinsip yang digunakan pada emiten syariah untuk memenuhi syariat islam (Alfianita Wahyu et al, 2017). Syariat islam yang dimaksud ini adalah bahwa GRI belum mengungkapkan hal-hal yang terkait dengan terbebasnya unsur riba, gharar, dan transaksi-transaksi yang diharamkan

lainnya (Alfianita Wahyu et al, 2017). Menanggapi hal tersebut AAOIFI (*Accounting and Auditing For Islamic Financial Intitustion*) membuat Islamic Social Reporting sebagai pedoman dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial.

Konsep CSR dalam ekonomi islam turut berkembang (Widiawati dan Raharja et al, 2014). Berkembangnya konsep ini dikarenakan adanya keterbatasan pada kerangka pelaporan sosial model konvensional terutama pertimbangan spiritual (Haniffa, 2002). *Islamic Social Reporting* yang dikemukakan oleh Haniffa tidak hanya untuk membantu mengambil keputusan muslim tetapi mampu mengambil keputusan perusahaan yang sesuai dengan ketentuan syariah dalam rangka pemenuhan kewajiban terhadap Allah SWT (Haniffa, 2002). Oleh karena itu (Haniffa, 2002) mengusulkan suatu kerangka konseptual pelaporan tanggung jawab sosial berdasarkan prinsip Islam yang dikenal dengan *Islamic Social Reporting (ISR)*.

Islamic Social Reporting merupakan standar pelaporan kinerja sosial perusahaan berbasis syariah (Fitria dan Hartanti, 2010). Dengan demikian ISR memiliki tujuan yaitu menyajikan informasi dengan mempertimbangkan kebutuhan spiritual investor dengan cara meningkatkan transparansi kegiatan berbisnis yang relevan serta pelaku bisnis lainnya dan kebutuhan syariah dalam mengambil suatu keputusan sebagai bentuk akuntabilitas perusahaan kepada Allah SWT (Rahmadhani Febri, 2016)

Pertumbuhan bank syariah di indonesia mendorong lahirnya etika pengungkapan tanggung jawab sosial. Sebagai entitas yang berbasis syariah, sudah sepatutnya bank syariah mempertimbangkan lingkungan dan masyarakat

sebagai kepedulian terhadap umat (Rosiana et al, 2015). Tetapi pada praktiknya bank syariah di Indonesia untuk melakukan pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan belum mengacu pada indeks ISR. Padahal perkembangan indeks ISR cukup pesat di negara-negara Islam lainnya seperti Malaysia, Sudan, Bahrain, Uni Emirat Arab, Iran, Palestina, Kuwait, Bangladesh dan Qatar yang menjadikan indeks ISR sebagai bagian dari pelaporan tanggung jawab sosial organisasi di negara-negara yang bersangkutan (Fitria dan Hartati, 2010).

Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) menggunakan indeks ISR yang dimana pertama kali dikemukakan oleh (Haniffa, 2002) dengan memiliki 5 tema pengungkapan yaitu Tema Keuangan dan Investasi, tema Produk, Tema Karyawan, tema Sosial dan tema Lingkungan. Kemudian oleh (Othman et al, 2009) dikembangkan lebih ekstensif di Malaysia dan menambahkan satu tema pengungkapan yaitu tema Tata Kelola Perusahaan. Masing-masing tema memiliki indikator yang seluruhnya berjumlah 50 indikator (Rahmadhani Febri, 2016). *Islamic Social Reporting* mempunyai indeks dinilai sangat sesuai dengan prinsip syariah sebagai dasar penilaian kinerja sosial yang dibutuhkan oleh Bank Umum Syariah (BUS).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan adanya beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* salah satunya adalah ukuran perusahaan dimana semakin besar ukuran perusahaan biasanya informasi yang tersedia untuk mengambil keputusan investor sehubungan dengan investasi akan semakin besar sebaliknya jika perusahaan kecil akan mengungkapkannya lebih rendah kualitasnya dengan perusahaan besar (Widiawati dan Raharja, 2012).

Faktor lain yang mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* adalah *Leverage*. Perusahaan dengan *Leverage* yang tinggi akan memberikan informasi yang lebih kepada pihak luar karena adanya dorongan dari perusahaan dikarenakan pengungkapan informasi sosial dapat mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan mendatang dan asimetri informasi, semua ini dengan tujuan agar perusahaan tidak melanggar perjanjian dan memberi keyakinan kepada kreditor (Rahmadhani Febri, 2016) menyatakan *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Penelitian yang dilakukan oleh (Yentisna et al, 2019) menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Hal ini berarti apabila perbankan syariah mengalami peningkatan pada *Leverage* maka akan menurunnya tingkat Pengungkapan *Islamic Social Reporting* .

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rosiana Rita et al, 2015), yang menyatakan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Eksandy Arry et al, 2017) dan (Umiyati dan Baiquni, 2018) yang menyatakan juga bahwa *Leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Karena untuk menjalankan aktivitas operasionalnya pada Bank Syariah, tingkat hutang yang tinggi tidak menjadi pengaruh dalam melakukan tanggung jawab sosial perusahaan (Umiyati dan Baiquni, 2018). Penjelasan lain menurut (Eksandy Arry et al, 2017) menandakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial menjadi suatu kewajiban, baik dalam kondisi *Leverage* rendah maupun tinggi pada perbankan syariah.

Penelitian lain yang dilakukan oleh (Nadlifiyah dan Laila, 2017) menyatakan bahwa secara parsial profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian (Dhiyaul-Haq dan santoso, 2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Penelitian lain yang dilakukan oleh (Yentisna et al, 2019) dan (Eksandy Arry et al, 2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* karena semakin banyak profit akan mengungkapkan ISR yang lebih. Penelitian lain juga dilakukan oleh (Lestari Santi, 2016) dan (Rahmadhani Febri, 2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Dari hasil penelitian terdahulu (Gunawan dan Juniarti, 2014), (Damayanti et al, 2012) dan (Ambarwati et al, 2015) yang menyatakan bahwa bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini menjelaskan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin besar probabilitasnya untuk melakukan peningkatan laba. Ukuran perusahaan bisa dilihat dari total asset perusahaan karena untuk mencerminkan kemampuan perusahaan membutuhkan total asset yang besar. Berbeda dengan penelitian (Rahman dan Sunarti, 2017) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap tingkat profitabilitas. Hasil tidak signifikan disebabkan oleh tingginya tingkat inflasi pada kurun 2013-2014 (Rahman dan Sunarti, 2017). Hal ini bertolak belakang dengan penelitan (Haryanto dan Juniarti, 2014) yang

menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas, karena semakin besar perusahaan memunculkan masalah asimetri informasi.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Hamidah et al, 2013) dan (Punamasari, 2017), yang menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas. Penelitian (Widiastuti et al, 2016) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dan negatif antara leverage terhadap Profitabilitas. Hal ini dikarenakan *Leverage* yang besar mengindikasikan besar kecilnya rasio hutang yang harus dibayarkan oleh perusahaan maka akan mempengaruhi penurunan Profitabilitas (Widiastuti et al, 2016).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sonia et al, 2017) yaitu ukuran perusahaan secara tidak langsung berpengaruh terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting melalui profitabilitas sebagai variabel intervening. Hal ini menjadi indikasi bahwa semakin banyak modal yang ditanamkan menjadikan sumber daya dan dana besar cenderung mempunyai permintaan pelaporan pengungkapan *Islamic Social Reporting* yang lebih luas dalam perusahaan.

Penelitian lain yang dilakukan oleh (Haniffah Indarul, 2019) menyatakan bahwa profitabilitas tidak mampu memediasi hubungan antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan Islamic Social Reporting. Karena sudah menjadi kewajiban perusahaan baik dalam keadaan rugi maupun untung untuk melakukan pengungkapan tentang informasi (Haniffah, 2002).

Pengungkapan tanggung jawab sosial biasanya menggunakan model konvensional yaitu dengan indeks GRI (*Global Reporting Initiative Indeks*).

Pengungkapan *Islamic Social Reporting* menggunakan ISR Indeks. Penelitian yang dilakukan oleh (Awaliyah et al, 2018) menemukan hasil perbandingan antara hasil Indeks GRI dengan Indeks ISR pada perbankan syariah. Hasil nilai rata-rata tahun 2013-2015 indeks ISR sebesar 51,66 sedangkan nilai rata-rata indeks GRI sebesar 33,02. Hasil tersebut menunjukkan indeks GRI tidak cocok untuk pelaporan tanggung jawab sosial untuk perbankan berbasis syariah, karena item di dalam indeks GRI belum menggambarkan prinsip-prinsip syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh (Qulub et al, 2019) menemukan masalah penelitian tentang pengungkapan ISR pada perbankan syariah di Indonesia berdasarkan indeks ISR tahun 2016-2018. Indeks ISR menunjukkan bahwa secara keseluruhan tingkat pengungkapan tema indeks ISR tertinggi tahun 2016-2018 adalah adalah korporasi tema tata kelola perusahaan dengan nilai 94,4%. Sedangkan tema terendah Pengungkapan ISR adalah tema lingkungan dengan nilai 14,4 %. Dari hasil rata-rata tahun 2016-2018 menunjukkan bahwa perbankan syariah yang mendapat nilai skor tertinggi adalah Bank Syariah Mandiri dengan skor 77% dengan predikat Informatif sedangkan yang terendah adalah Bank Victoria Syariah dengan skor 52,8% dengan predikat Kurang Informatif. Dari data penelitian yang dilakukan oleh (Qulub et al, 2019) menunjukkan bahwa ada delapan Bank Umum Syariah yang memiliki predikat Informatif yaitu Bank Muamalat Indonesia, Mega Syariah, Mandiri Syariah, BRI Syariah, BNI Syariah, BCA Syariah, dan Panin Syariah. Sedangkan ada lima Bank Umum Syariah yang mendapatkan predikat Kurang Informatif yaitu Bank Bukopin Syariah, Victoria Syariah, BJB Syariah, BTPN Syariah, dan Maybank Syariah.

Dari data hasil penelitian (Qulub et al, 2019) dengan sampel Bank Umum Syariah periode 2016-2018, peneliti ingin meneliti tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tinggi dan rendahnya pengungkapan *Islamic Social Reporting* sehingga terdapat hasil perbedaan pengungkapan Islamic Social Reporting pada perbankan syariah di Indonesia. Peneliti menggunakan variabel Ukuran Perusahaan dan Leverage sebagai variabel independen. Yang menjadi pembeda dengan penelitian sebelumnya adalah peneliti memasukkan Profitabilitas sebagai variabel intervening. Dengan adanya profitabilitas sebagai variabel intervening akan memberikan pengaruh tidak langsung terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Hal ini bertujuan untuk memberikan pembeda hasil penelitian dengan adanya profitabilitas sebagai variabel intervening.

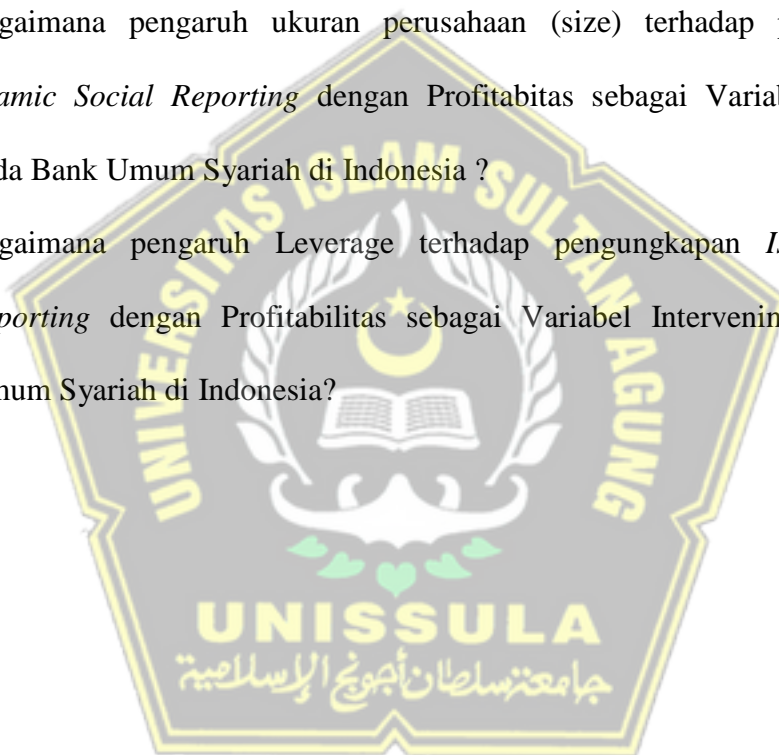
Perbedaan penelitian ini dengan peneliti sebelumnya (Eksandy et al, 2017) adalah penelitian ini menggunakan Variabel Intervening yaitu Profitabilitas. Dimana mampu mengisi perbedaan hasil penelitian atau menjembatani inkonsistensi hasil penelitian. Perbedaan selanjutnya terletak pada periode tahun yang berbeda, penelitian ini periode 2015-2019 dan pemilihan teknik analisis adalah Analisis Jalur (*Path Analisis*). Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2015-2019 (Studi Empiris pada Bank Umum Syariah (BUS) yang terdaftar di OJK Periode 2015-2019) ”**.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan hal yang penting dalam Penelitian Ilmiah. Berdasarkan Latar Belakang dan masalah fenomena yang terjadi karena konsep CSR yang masih menggunakan indeks GRI yang dimana indeks GRI memiliki kelemahan yaitu belum mengungkapkan pertimbangan spiritual. Masalah lain timbul pada penelitian (Qulub et al, 2019) yang dimana Bank Umum Syariah di Indonesia periode 2016-2018 memperoleh perbedaan hasil rata-rata penilaian pengungkapan tanggung jawab sosial menggunakan indeks ISR. Dari hasil rata-rata tahun 2016-2018 menunjukkan bahwa perbankan syariah yang mendapat nilai skor tertinggi adalah Bank Syariah Mandiri dengan skor 77% dengan predikat Informatif sedangkan yang terendah adalah Bank Victoria Syariah dengan skor 52,8% dengan predikat Kurang Informatif. Berdasarkan data tersebut peneliti ingin meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan ISR pada Bank Umum Syariah di Indonesia periode 2015-2019. Adapun faktor yang mempengaruhi Pengungkapan ISR adalah Ukuran Perusahaan dan *Leverage*. Penelitian ini menggunakan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening dengan tujuan untuk mengisi perbedaan hasil penelitian atau menjembatani inkonsistensi hasil penelitian. Atas Latar Belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada Bank Umum Syariah di Indonesia ?
2. Bagaimana pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada Bank Umum Syariah di Indonesia?

3. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada Bank Umum Syariah di Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan (size) terhadap Profitabilitas pada Bank Umum Syariah di Indonesia?
5. Bagaimana pengaruh Leverage terhadap Profitabilitas pada Bank Umum Syariah di Indonesia?
6. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan (size) terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening pada Bank Umum Syariah di Indonesia ?
7. Bagaimana pengaruh Leverage terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening pada Bank Umum Syariah di Indonesia?



1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Latar Belakang dan Rumusan Masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan (*size*) terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada Bank Umum Syariah di Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada Bank Umum Syariah di Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada Bank Umum Syariah di Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan (*size*) terhadap profitabilitas pada Bank Umum Syariah di Indonesia.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Leverage* terhadap profitabilitas pada Bank Umum Syariah di Indonesia.
6. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan (*size*) terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening pada Bank Umum Syariah di Indonesia.
7. Untuk mengetahui pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening pada Bank Umum Syariah di Indonesia

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman tentang Pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia dan melengkapi penelitian sebelumnya dan bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan/Manajemen

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perusahaan dan bisa memberi masukan dan evaluasi untuk mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* sehingga dapat menjadi acuan untuk membuat laporan keuangan yang efektif dan relevan

