

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perbankan merupakan salah satu sarana strategis dalam pembangunan ekonomi. Praktik perbankan Syariah lahir dengan dilatarbelakangi oleh kebutuhan masyarakat muslim Indonesia dan kesadaran masyarakat akan bunga bank sebagai riba. Selain itu jumlah bank umum Syariah di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Peningkatan bank umum Syariah mencerminkan bahwa potensi yang ada di dalam perbankan Syariah di Indonesia sangat positif dan tentunya akan meningkatkan jumlah wajib zakat perusahaan (Sumiyati, 2017).

Bank Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan yang berlandaskan sistem perekonomian Islam. Disamping itu yang dimaksud dengan prinsip Syariah dijelaskan pada pasal 1 butir 12 Undang-Undang No. 21 Tahun 2008, yaitu Prinsip Syariah adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa dibidang Syariah dalam prinsipnya Bank Syariah menjalankan segala operasionalnya tidak mengandung hal-hal yang dilarang oleh syariat seperti Riba, Mayshir, Gharar dan lain sebagainya. Menurut (Herwanti et al., 2013)

Yang mendasari perbedaan antara bank Syariah dengan bank konvensional menggunakan sistem bunga yang dalam islam termasuk kedalam perbuatan riba.

Sistem ekonomi Islam atau Syariah saat ini sedang banyak diperbincangkan di Indonesia. Banyak kalangan masyarakat yang menjadi nasabah bank umum Syariah baik yaitu muslim maupun non muslim. Sehingga tahun ke tahun bank umum Syariah terus mengalami perkembangan dan penambahan jumlah.

Sistem keuangan perbankan merupakan salah satu komponen dalam perekonomian yang memiliki peranan sebagai lembaga intermediasi, baik dalam menghimpun maupun menyalurkan dana masyarakat kepada sector ekonomi yang produktif. Peranan yang dilakukan oleh perbankan yaitu sebagai Lembaga intermediasi untuk memajukan kesejahteraan masyarakat memiliki kedudukan strategis dalam menjalankan aktivitas perekonomian. Banyak organisasi yang berjuang untuk mengembangkan identitas yang berbeda dan mudah untuk dikenali. Sistem keuangan perbankan memiliki identitas perusahaan yang kuat bermanfaat dalam membantu perusahaan dalam menyesuaikan diri dengan pasar, menarik investor, memotivasi karyawan selain itu berfungsi sebagai sarana untuk membedakan produk dan layanan mereka (Khairany, 2018)

Di Indonesia penilaian *Global Islamic Report (GFR)* tahun 2016 menunjukkan bahwa perbankan Syariah mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang sangat pesat. Pertumbuhan ini dengan melihat beberapa aspek dalam perhitungan indeks, seperti jumlah bank Syariah, jumlah Lembaga keuangan non-bank Syariah, maupun ukuran asset keuangan Syariah yang memiliki bobot terbesar, maka pertumbuhan industry syariah di Indonesia diproyeksikan akan terus meningkat dalam beberapa tahun kedepan. Terlebih yaitu dalam enam tahun terakhir ini Indonesia mencapai skor tertinggi adalah 2421 di tahun 2016. Optimisme ini sejalan dengan laju

ekspansi kelembagaan dan akselerasi pertumbuhan asset perbankan yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Pertumbuhan ini tidak hanya terjadi di negara-negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam (muslim), tetapi juga terjadi di beberapa negara yang mayoritas non-muslim, misalnya yaitu *United Kingdom* (UK). Mereka berpendapat bahwa, pertumbuhan ini salah satunya yaitu disebabkan oleh perkembangan masyarakat pada abad 21 yang fokus kepada asalnya atau dapat dikatakan “*back to basic*” , saat manusia pada umumnya memahami realitas Ilahi dan berbondong-bondong menuju Allah.

Di dalam aspek ekonomi memunculkan harapan masyarakat terhadap praktik bisnis yang sesuai dengan nilai keagamaan (religiusitas), seperti aktivitas bisnis khususnya perbankan yang bebas dari *riba*. Islam mengatur hal ini dalam *Al Qur'an* surat *Al-Baqarah* (2) ayat 275. Sebagai entitas bisnis yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam, Bank Syariah diyakini dapat memenuhi harapan tersebut. Hal ini dilakukan dengan selalu menjalankan praktek bisnisnya sesuai nilai keagamaan dan pada akhirnya dapat memicu keinginan masyarakat untuk berbisnis dengan bank Syariah.

Memiliki identitas perusahaan yang kuat bermanfaat dalam membantu perusahaan dalam menyesuaikan diri dengan pasar, menarik investor, memotivasi karyawan serta berfungsi sebagai sarana untuk membedakan produk dan layanan mereka. Tidak sedikit organisasi yang berjuang untuk mengembangkan identitas yang berbeda dan mudah untuk dikenali (Ariyanto, 2014)

Pengungkapan etika sendiri adalah seperangkat prinsip moral yang membedakan antara yang baik dan yang buruk. Nilai-nilai etis dapat didefinisikan sebagai Tindakan atau perilaku individu dalam membuat keputusan yang salah atau benar. Itu konsep etis diakui sebagai filosofi dalam mempelajari perilaku manusia yang meliputi nilai-nilai yang dimiliki sebagai manusia. Selain itu, etika dapat didefinisikan sebagai penilaian dan aturan berdasarkan moralitas. Islam telah menekankan pentingnya etika menghargai jika manusia ingin hidup Bersama secara damai dan harmonis. Etika dalam islam adalah berdasarkan Al-Quran dan As-Sunnah, dengan hukum islam dan prinsip-prinsip Sha'riah diterapkan melakukan moralitas serta praktik-praktik baik dalam kehidupan. Kepercayaan pada Allah SWT adalah nilai paling penting dalam Islam, yang terdiri dari keyakinan bahwa kita hidup di dunia sementara, kami bertanggung jawab atas Tindakan dan perilaku kami karena akan dibayar Kembali di akhirat, dan Allah SWT akan menghargai meeka yang bertindak dengan sopan santun (Azma Fatima et al., 2020)

Ethical Identity dibutuhkan organisasi dalam menghadapi tantangan persaingan organisasi yang berbeda dan ketidaksesuaian budaya, semakin miripnya produk/jasa, kekuatan terhadap teknologi, regulasi dan globalisasi untuk mengubah bentuk bisnis. Bank Syariah sebagai institusi keuangan Islam yang berbeda dengan bank konvensional lainnya memiliki pandangan yang secara konsep fundamental berlaku hak kepemilikan dan kontrak yang mengatur perilaku, etika, moral ekonomi dan sosial, baik individu, individu, masyarakat ataupun negara. Perspektif fundamental ini diyakini bahwa keyakinan terhadap agama, serta sokongan

terhadap bank akan menjadikan system ekonomi ini terintegral dan agama Islam menjadi aplikasi dalam segala zaman (Khairany, 2018)

Pengungkapan *ethical identity* juga memberikan sinyal tentang sikap dan keyakinan perusahaan, mengurangi ketidakpastian tentang tindakan masa depan dan risiko jangka Panjang. Etika yang baik akan menghasilkan dorongan bagi pemangku kepentingan untuk memutuskan bekerja sama dengan bank Syariah. Para pemangku kepentingan dan pada akhirnya menjamin kinerja perusahaan (Khairany, 2018). Selain itu, pengungkapan etika juga akan menghasilkan dampak positif bagi karyawann atau manajemen perusahaan. (Azma Fatima et al., 2020) mengemukakan bahwa karyawan (pihak internal) perusahaan merupakan agen, peran mereka tidak boleh diabaikan dalam hubungan antartika perusahaan dan kinerja perusahaan. Dengan pengungkapan identitas etis islam oleh perusahaan, karyawan akan lebih termotivasi untuk menjalankan operasi perusahaan dengan baik dan sesuai dengan harapan stakeholder, yaitu perolehan pengembalian atas investasi dan kesesuaian operasi usahanya yang sesuai prinsip-prinsip islam.

Aspek pengungkapan (*disclousure*) akuntansi islam perlu dengan jelas menyatakan bagaimana suatu lembaga telah memenuhi kewajiban dan tugas-tugasnya menurut Syariah, yaitu transaksi yang sah menurut hukum, zakat, amal, gaji, kinerja bisnis dan menjaga lingkungan. Aspek manusia juga didasari kepada kesusilaan, hukum ketuhanan, dan etika meliputi: kealiman, tanggung jawab dan kebajikan (Murtiyani, 2020).

Zakat menurut Undang-Undang No. 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat adalah harta yang wajib disisihkan oleh seseorang muslim atau badan yang dimiliki oleh orang muslim sesuai dengan ketentuan agama yang berlaku untuk diberikan kepada orang yang berhak menerimanya. Dalam nilai etika akuntansi, zakat merupakan aspek terbaru (aspek sosial perusahaan) yang merupakan suatu kewajiban perusahaan yang harus dilakukan agar tercipta keseimbangan dalam melakukan aktivitas usahanya. Zakat diharapkan mampu mensejahterakan pihak lain ataupun pihak perusahaan itu sendiri, di mana dengan zakat sebagai aspek sosial perusahaan diharapkan mampu juga untuk meningkatkan *image* perusahaan itu sendiri karena perusahaan dapat memberikan informasi mengenai tanggung jawab sosial (*corporate Social Responsibility*) sehingga penjualan/transaksi bisnis yang ada dalam perusahaan tersebut akan meningkat juga. Selain itu, zakat juga dapat dijadikan sebagai suatu motivator untuk memperoleh laba perusahaan. Pada umumnya para investor tersebut untuk memperoleh tingkat pengembalian investasi yang palung tinggi, karena informasi profitabilitas ini sangat relevan untuk dipertimbangkan dalam memilih alternatif yang ada. Profitabilitas yang cukup baik maka para investor akan tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan yang bersangkutan. Sebaliknya jika perusahaan profitabilitasnya rendah mengakibatkan para investor akan menarik kembali modalnya (Kurniawan & Suliyanto, 2007).

Zakat perusahaan merupakan amanah dan tanggung jawab bagi perusahaan sesuai dengan aturan agama dan aturan perundang-undangan sehingga tujuan kemaslahatan dan keberkahan dapat tercapai. Perusahaan yang berorientasi pada

zakat bukan berarti melupakan mencari laba dari sisi ekonomi, tetapi pencapaian laba yang maksimal adalah sasaran antara dan pencapaian zakat adalah tujuan akhirnya. Para ulama kontemporer menganalogikan zakat perdagangan, karena jika dipandang dari aspek legal dan ekonomi, kegiatan inti sebuah perusahaan adalah berpijak pada sebuah kegiatan *trading* atau perdagangan. Setiap harta dan usaha harus dikeluarkan zakatnya karena zakat merupakan instrument untuk metode penelitian verifikatif digunakan untuk mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengeluaran zakat dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada bank umum Syariah di Indonesia. Pencapaian kinerja perusahaan berdasarkan zakat tetap harus melalui pencapaian kinerja perusahaan yang lain dari sisi likuiditas, solvabilitas, profitabilitas sebagai sasaran antara.

Selain itu zakat merupakan bagian dari konsep *Corporate Social Responsibility*, yang akan diberikan panduan pada perusahaan untuk memperhatikan kepentingan sosial disamping kepentingan perusahaan itu sendiri. Pemerintah menyadari bahwa jika pengelolaan zakat dilakukan dengan baik, transparan, serta bertanggung jawab, maka banyak terjadi persoalan sosial dan ekonomi dalam masyarakat dapat terselesaikan. Perlu diketahui bahwa zakat yang diwajibkan atas badan usaha tidak dimaksudkan untuk membebani badan usaha secara berlebihan dalam keberlangsungan hidup. Menurut (Sumiyati, 2017) Kemampuan bank untuk mengeluarkan zakat perusahaan, disebabkan peningkatan kemampuan ekonomi tersebut harus dibarengi dengan kepedulian serta pemenuhan tanggung jawab sosial perusahaan untuk membayar zakat. Hal tersebut tentunya dioengaruhi dengan adanya pendapat profitabilitas berhubungan dengan kondisi kinerja keuangan bank

dan tingkat Kesehatan bank. Semakin tinggi profitabilitas yang dimiliki bank, maka semakin baik pula kemampuan ekonomi dan tingkat kesehatan perusahaan.

Amal merupakan suatu tindakan yang baik bagi umat manusia, pengungkapan amal terhadap kinerja keuangan perusahaan merupakan tindakan filantropis yaitu mencerminkan strategi perusahaan untuk menghadapi tekanan dari tuntutan pemangku kepentingan, arahan pemerintah atau harapan publik. Sebelumnya studi difokuskan pada tindakan filantropis dalam bentuk CSR. Berdasarkan (Azma Fatima et al., 2020) CSR dapat diartikan sebagai tindakan amal, serta bagaimana perusahaan mengelola dana mereka menuju perilaku yang etis.

Dalam konteks ini amal itu sendiri meliputi sumbangan uang tunai, produk atau layanan karyawan, tindakan amal dengan mendukung dan berkontribusi terhadap pemerintah. Dukungan dan kontribusi bank kepada LSM dan nirlaba organisasi dan sponsor bank baik dalam Pendidikan, olahraga atau budaya terhadap masyarakat.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu cara agar perusahaan mengelola usahanya tidak hanya untuk kepentingan para pemegang saham (*shareholder*) tetapi juga untuk pihak-pihak lain diluar kepentingan perusahaan seperti pemerintah, lingkungan, Lembaga Swadaya Masyarakat, para pekerja dan komunitas lokal sering disebut sebagai pihak *stakeholder*. (Maryanti & Tjahjadi, 2013) mengungkapkan Tata Kelola perusahaan yang baik adalah mewujudkan tanggung jawab social (CSR). Dalam hal ini pelaksanaan CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan, hal tersebut sesuai dengan pernyataan

(Gantino, 2016) bahwa pelaksanaan tanggungjawab social menciptakan penghematan sehingga dapat meningkatkan laba.

Islamic Corporate Social Responsibility merupakan sebuah konsep *Corporate Social Responsibility* Islami yang dikembangkan dari *Corporate Social Responsibility* konvensional, serta merupakan kewajiban perusahaan untuk mempertimbangkan kepentingan pekerja, pengguna saham, masyarakat dan aspek lainnya. Dalam penelitian (Kurniawan & Suliyanto, 2007) perbankan Syariah dalam menjalankan aktivitas bisnisnya berlandaskan dengan prinsip-prinsip Syariah sehingga untuk mengukur pengungkapan CSR Indeks *Islamic Corporate social Responsibility* lebih tepat digunakan karena dalam Indeks *Islamic Corporate Social Responsibility* lebih menggambarkan aktivitas sosial menurut pandangan Islam.

Profitabilitas menjadi tolak ukur untuk mengukur efektifitas manajemen berdasarkan pengembalian yang diperoleh dari pinjaman serta investasi selain itu, profitabilitas dapat menjadi salah satu indikator dalam menilai sehat atau tidaknya suatu bank. Rasio profitabilitas adalah rasio yang sangat familiar dikalangan investor. Profitabilitas perbankan dalam penelitian ini menggunakan ROA (*Return On Asset*). Dalam menentukan kinerja atau Kesehatan perbankan, bank Indonesia lebih mengacu ROA (*Return On Asset*) dari pada ROE (*Return On Equity*) maupun ROI (*Return On Investment*). Bank Indonesia lebih mengutamakan profitabilitas suatu bank yang diukur dengan asset dan Sebagian dananya berasal dari dana simpanan masyarakat sehingga ROA dinilai lebih mewakili pengukuran profitabilitas.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh kinerja keuangan yang diukur melalui profitabilitas, agar lebih dapat menjelaskan hubungan kausal antara pengungkapan nilai-nilai etis Islam dengan profitabilitas yang diproksikan dengan *zakat disclosure*, *charity disclosure*, *Islamic Corporate Social Responsibility*. Ukuran perusahaan cenderung identik dengan kemampuan perusahaan dalam mengelola zakat perusahaan guna pencapaian kinerja yang diharapkan. Semakin besar ukuran zakat perusahaan juga akan menjadikan tanggung jawab perusahaan terhadap *stakeholder* menjadi semakin besar pula. Bentuk tanggung jawab lainnya adalah dalam bentuk pengungkapan *ethical identity* yang mengandung etos, nilai-nilai, tujuan hingga ciri khas perusahaan.

Hasil penelitian terdahulu terhadap kinerja keuangan menunjukkan hasil yang berubah-ubah. Hal yang membedakan antara penelitian sekarang dan sebelumnya diantaranya: pertama, Penelitian yang dilakukan (Ariyanto, 2014) mengungkapkan identitas etis Islam berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Pada variabel independen menggunakan variabel kinerja keuangan pada bank Syariah Asia dan pengungkapan identitas etis islam sebagai variabel dependen, sedangkan peneliti yang sekarang menambahkan pengungkapan zakat dan pengungkapan amal dan *Islamic Corporate Social Responsibility* .Yang penelitian sebelumnya menggunakan *Islamic Ethical Identity Disclosure*.

Kedua, penelitian (Azma Fatima et al., 2020) melakukan penelitian pada perbankan lembaga keuangan di Malaysia, peneliti sekarang menggunakan bank umum Syariah di Indonesia, maka berdasarkan latar belakang diatas perlu untuk melakukan suatu penelitian, kajian yang mendalam untuk mengetahui seberapa

besar pengaruh zakat dan amal perbankan Terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah Di Indonesia.

Berdasarkan uraian latar belakang terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan yang diukur menggunakan profitabilitas, namun hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan adanya *research gap*, maka peneliti ingin meneliti lebih lanjut dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan zakat, pengungkapan amal, dan *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas sebagai variabel dependen. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang telah dilakukan (Azma Fatima et al., 2020) dimana penelitian yang dilakukan oleh (Azma Fatima et al., 2020) menguji pengaruh Nilai Etis Islam terhadap kinerja keuangan, konsep indikator Nilai Etis Islam yang digunakan adalah Pengungkapan Zakat dan Pengungkapan Amal. Dalam penelitian tersebut melakukan penelitian pada sektor perbankan di Malaysia yang menyatakan hubungan antara nilai-nilai etika dan kinerja memeriksa peran pengungkapan zakat yang menjadi ciri aspek unik Malaysia. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Pengungkapan Nilai-Nilai Etis Islam Terhadap Profitabilitas Pada Perbankan Syariah Di Indonesia”.

1.2 Rumusan Masalah

Kinerja keuangan memiliki arti penting dalam pengungkapan *corporate social responsibility* adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang akan menjaga kelangsungan hidup perusahaan jangka Panjang maupun pertumbuhan jangka pendek. Selain itu,

profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja keuangan yang dilakukan oleh manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Sementara itu berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas hasil penelitian terdahulu mengenai variabel yang mempengaruhi kinerja keuangan yang diukur menggunakan profitabilitas masih mendapatkan hasil yang tidak konsisten sehingga informasi yang didapatkan kurang jelas. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan terkait profitabilitas sebagai variabel dependen adalah pengungkapan zakat, pengungkapan amal, dan *Islamic Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independent.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka dapat dirumuskan beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pengungkapan zakat terhadap profitabilitas perbankan Syariah di Indonesia ?
2. Bagaimana pengaruh pengungkapan amal terhadap profitabilitas perbankan Syariah di Indonesia ?
3. Bagaimana pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas perbankan Syariah di Indonesia ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh zakat terhadap profitabilitas perbankan Syariah di Indonesia.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh amal terhadap profitabilitas perbankan Syariah di Indonesia.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas perbankan Syariah di Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dengan adanya penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan peneliti agar dapat diaplikasikan dalam pekerjaan, dan dapat mengetahui kelebihan serta kekurangan zakat, amal selain itu *Islamic Social Rresponsibility*. Serta dapat memberikan kontribusi kepada perbankan Syariah agar dapat menerapkan zakat perbankan dan amal.

2. Bagi Akademis

Memberi pengetahuan mengenai kewajiban dan manfaat zakat dan amal bagi perusahaan, memberi pengetahuan mengenai pengungkapan *Islamic Social Responsibility* dan manfaat bagi perusahaan, dapat dijadikan bahan evaluasi dalam menyelenggarakan dan memahari zakat dan amal serta pengaruhnya terhadap kinerja keuangan yang diukur melalui profitabilitas perbankan Syariah.

3. Bagi Masyarakat Umum

Dapat menambah keilmuan serta referensi yang dapat dijadikan sebagai bahan untuk mengetahui kinerja perbankan Syariah yang dipengaruhi oleh zakat, amal dan ICSR.