

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Sebuah perusahaan harus memiliki tanggung jawab dalam menciptakan hubungan baik dengan masyarakat luas yaitu dengan menciptakan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* yang sesungguhnya. Studi mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* telah banyak dilakukan di negara berkembang ataupun negara maju.

Gagasan utama CSR menjadikan perusahaan dihadapkan bukan hanya pada konsep *single bottom line* dalam bentuk nilai perusahaan, melainkan juga pada konsep *triple bottom line* dalam bentuk tanggung jawab sosial terhadap kehidupan sosial dan lingkungan. Konsep *single bottom line* dianggap sebuah konsep yang sudah ketinggalan zaman. Karena konsep ini hanya menekankan pada pencapaian profit yang maksimal pada laporan laba rugi sebuah perusahaan. Friedman (1982) dalam (Putri, 2014) menyatakan bahwa keberlanjutan perusahaan bukan hanya bergantung pada laba perusahaan (profit), melainkan juga bergantung pada tindakan nyata terhadap karyawan di dalam perusahaan dan masyarakat diluar perusahaan (*people*) serta lingkungan (*planet*). Jangkauan tanggung jawab sosial kepada para pemangku kepentingan dinilai lebih luas dan lebih penting dibandingkan tanggung jawab ekonomi dan hukum bagi para pemegang saham.

Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder* yang meliputi beberapa kepentingan yaitu pelanggan, karyawan, investor, pemasok, pemerintah, kompetitor, dan masyarakat. Hal ini dikarenakan konsep CSR merupakan bagian inti dari etika bisnis. Konsep CSR tidak hanya berkembang di ekonomi konvensional, tetapi juga berkembang di ekonomi Islam. Dewasa ini makin banyak perusahaan-perusahaan yang menerapkan prinsip syariah dalam kegiatan bisnisnya. Salah satu aspek yang mendapat sorotan agar sesuai dengan prinsip-prinsip Islam adalah tanggung jawab sosial perusahaan

Untuk menilai pengungkapan sosial perusahaan yang sesuai dengan syariah Islam, dikenal suatu indeks yang disebut *Islamic Social Reporting* (ISR). *Islamic Social Reporting* adalah standar pelaporan kinerja sosial perusahaan-perusahaan yang menjalankan kegiatan bisnis dengan prinsip syariah dan disampaikan perusahaan pada laporan tahunannya (Sabrina & Betri, 2018).

ISR pertama kali dikemukakan oleh (Haniffa, 2002) yang menyatakan bahwa adanya keterbatasan pada pelaporan sosial konvensional sehingga ia mengungkapkan kerangka konseptual *Islamic Social Reporting* sesuai ketentuan syariah yang tidak hanya membantu pengambilan keputusan bagi pihak Muslim melainkan juga membantu pihak internal perusahaan dalam melakukan pemenuhan kewajibannya terhadap Allah SWT dan masyarakat. Setiap perusahaan skala besar maupun kecil yang ada dalam pelaksanaan operasionalnya pasti menimbulkan dampak bagi lingkungan perusahaan tersebut. Oleh karena itu diharapkan perusahaan dapat mengungkapkan CSR lebih luas lagi.

ISR penting dilakukan karena merupakan cerminan akuntabilitas perusahaan dalam mengungkapkan laporan tahunannya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. (Othman, Thani, & Ghani, 2009) mengungkapkan indeks yang relevan pada *Islamic Social Reporting*. Indeks ISR merupakan tolok ukur pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan syariah yang beris item-item standar CSR yang ditetapkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organisation for Islamic Financial Institutions*) yang dikembangkan lebih lanjut oleh para peneliti mengenai item-item CSR yang seharusnya diungkapkan oleh entitas Islam.

Perkembangan *Islamic social Reporting* juga berdampak pada meningkatnya perhatian masyarakat terhadap instansi-instansi atau lembaga syariah. Meningkatnya perhatian itu, masyarakat mengindikasikan bahwa kebutuhan masyarakat akan lembaga atau instansi syariah semakin besar dari waktu ke waktu. Pasar modal syariah sebagai lembaga dan profesi yang memiliki peran penting dalam meningkatkan pangsa pasar syariah di Indonesia.

Pasar modal syariah di Indonesia identik dengan *Jakarta Islamic Index* (JII) merupakan perusahaan yang sudah *go public* dan memenuhi kriteria syariah. *Jakarta Islamic Index* hanya terdiri dari 30 saham syariah yang paling listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) maka saham-saham yang masuk JII merupakan saham yang liquid. Saham-saham yang masuk dalam JII melewati proses Screening dari segi akad dan produk yang dihasilkan perusahaan (Maghfiroh, 2018). Tujuan dilakukannya proses tersebut adalah untuk menentukan efek yang berlabel “halal”. Perusahaan yang terdaftar dalam JII sudah bisa dipastikan

memiliki kegiatan operasional yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, sehingga besar kemungkinan banyak investor muslim atau pihak manapun yang berkepentingan muslim lainnya.

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR), factor tersebut antara lain profitabilitas, umur perusahaan, kinerja lingkungan hidup, leverage, dan ukuran perusahaan. Faktor tersebut di prediksi memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Islamic social Reporting* (ISR) terkait sejauh mana informasi dari item-item ISR diungkapkan dalam sebuah laporan tahunan perusahaan. Salain itu, faktor-faktor tersebut dipilih karena adanya *inconsistency* atau perbedaan hasil.

Salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan ISR adalah profitabilitas, dimana sebuah perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang kuat akan mendapatkan tekanan yang lebih dari pihak eksternal perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya secara luas. Fakta ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan (Hidayah & Wulandari, 2017) yang menemukan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan ISR. Namun dalam penelitian (Novrizal & Fitri, 2016) , dan (Prasetyoningrum, 2018) serta (Rosiana, Arifin, & Hamdani, 2015) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap ISR.

Faktor lain yang mempengaruhi ISR adalah Umur Perusahaan. Berdasarkan penelitian (Hidayah & Wulandari, 2017) dan (Prasetyoningrum, 2018) bahwa variabel umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan

*Islamic Social Reporting* (ISR). Beda dengan penelitan oleh (Faricha, 2015) yang mengatakan bahwa variabel umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Kinerja lingkungan hidup memiliki pengaruh terhadap pengungkapan ISR sesuai penelitian (Novrizal & Fitri, 2016) menyatakan bahwa kinerja lingkungan hidup berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan ISR. Namun penelitian (Rahayu & S, 2018) yang menganalisis pengaruh kinerja lingkungan hidup terhadap pengungkapan ISR, menghasilkan bahwa kinerja lingkungan hidup tidak mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR).

Leverage juga mempengaruhi pengungkapan ISR sesuai dengan penelitian (Ramadhani, 2016) menyatakan bahwa leverage berpengaruh terhadap pengungkapan ISR. Namun, penelitian (Rosiana, Arifin, & Hamdani, 2015) menghasilkan bahwa tidak ada pengaruh Leverage terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR).

Selain itu faktor lain yang mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) adalah Ukuran Perusahaan. Seperti yang didapatkan dari hasil penelitian oleh (Novrizal & Fitri, 2016), (Hidayah & Wulandari, 2017), dan (Rahayu & S, 2018) yang membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). Namun, ada hasil berbeda yang didapatkan oleh (Prasetyoningrum, 2018) dan (Faricha, 2015)

membuktikan bahwa Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu tersebut mendorong peneliti untuk melakukan uji kembali mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan ISR untuk mengetahui sejauh mana perusahaan menunjukkan tanggung jawab terhadap kepentingan sosial dengan memberikan informasi tentang pertanggungjawaban sosial. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Analisi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index Periode 2016-2018”**

## **1.2. Ruang Lingkup**

Dalam penelitian ini, peneliti akan membatasi ruang lingkup penelitian dengan menitik beratkan pada permasalahan yang akan dibahas. Adapun ruang lingkup dalam penelitian ini dibatasi pada :

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting*, dalam penelitian ini diantaranya Profitabilitas, Umur perusahaan, Kinerja Lingkungan Hidup, leverage, dan Ukuran Perusahaan
2. Pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index*
3. Perusahaan yang mengeluarkan annual report pada periode 2016-2018.

### 1.3. Rumusan Masalah

Pengungkapan setiap perusahaan memiliki tingkat pengungkapan yang berbeda-beda. Hal ini dikarenakan pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah bersifat sukarela (*voluntary disclosure*) dan tidak ada standar mengenai pokok pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah. Adanya ketidakseragaman dalam pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah ini mengakibatkan perusahaan dianggap kurang transparan dalam melakukan pengungkapan. Oleh karena itu, penelitian ini menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *Islamic Social Reporting* (ISR) perusahaan yang masuk pada *Jakarta Islamic Index*.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII)?
2. Bagaimana pengaruh Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII)?
3. Bagaimana pengaruh Kinerja Lingkungan Hidup terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII)?
4. Bagaimana pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII)?

5. Bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII)?

#### 1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR) pada perusahaan yang terdaftar dalam *Jakarta Islamic Index* (JII) tahun 2016-2018.
2. Untuk menganalisis pengaruh Umur Perusahaan terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR) pada perusahaan yang terdaftar dalam *Jakarta Islamic Index* (JII) tahun 2016-2018.
3. Untuk menganalisis Kinerja Lingkungan Hidup pengaruh terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR) pada perusahaan yang terdaftar dalam *Jakarta Islamic Index* (JII) tahun 2016-2018.
4. Untuk menganalisis pengaruh Leverage terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR) pada perusahaan yang terdaftar dalam *Jakarta Islamic Index* (JII) tahun 2016-2018.
5. Untuk menganalisis Ukuran Perusahaan pengaruh terhadap *Islamic Social Reporting* (ISR) pada perusahaan yang terdaftar dalam *Jakarta Islamic Index* (JII) tahun 2016-2018.

### 1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang bersangkutan yaitu :

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan pengetahuan mengenai implementasi *Islamic Social Reporting* pada perusahaan syariah. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial secara syariah.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi perusahaan yang masuk dalam JII agar dapat melakukan tanggung jawab sosialnya dengan membuat *Islamic Social Reporting* (ISR) yang sesuai dengan prinsip syariah.

