

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan agar terus bertahan dan berkembang dalam dunia bisnis perlu berfokus dengan pembangunan berkelanjutan juga, tidak hanya pertumbuhan ekonomi perusahaan. Pembangunan berkelanjutan merupakan sudut pandang tentang bagaimana terencananya dan sistematisnya suatu kegiatan dilakukan oleh perusahaan, yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, kualitas kehidupan serta lingkungan sekitar perusahaan dengan tidak mengurangi akses dan keleluasaan generasi penerus untuk memanfaatkan dan menikmatinya (Rizfani dan Lubis, 2019).

Dengan perkembangan pembangunan berkelanjutan, aktualisasinya dapat dilakukan dengan melaksanakan praktik tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*). Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) berkembang menjadi isu yang dianggap cukup serius di dalam dunia bisnis. Satu di antara aspek lainnya yang memotivasi perkembangan CSR yaitu mulai tersadarnya para pelaku bisnis bahwa sangat perlunya menciptakan relasi yang baik dan harmonis di antara perusahaan dengan *stakeholdernya* (Yusuf 2017, hlm. 1). CSR adalah bentuk komitmen perusahaan untuk memperlihatkan kontribusi dan perilaku etisnya untuk memajukan perekonomian serta memperbaiki kualitas hidup *stakeholders* dan masyarakat, dan menjaga kelestarian lingkungan (Kurniawati dan Yaya, 2017). CSR memiliki tujuan pokok, yaitu mewujudkan perusahaan yang berkonsepkan *triple-bottom-line* (TBL) yang merangkap aspek keuangan, kehidupan sosial, dan lingkungan hidup, sehingga perusahaan tidak hanya berkonsepkan *single-bottom-line* (SBL) dalam aspek catatan keuangan perusahaan saja (Agtriyanti dan Setiawati, 2018). CSR memiliki tujuan untuk menciptakan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan untuk memajukan kesejahteraan ekonomi, kualitas kehidupan masyarakat maupun lingkungan sekitar, yang berguna untuk perusahaan sekaligus masyarakat sekitar dan komunitas setempat (Undang-undang Republik Indonesia No. 40 tahun 2007).

Manfaat CSR dapat dirasakan oleh perusahaan, masyarakat, lingkungan, dan negara. Salah satu fungsi penerapan CSR yang dapat dirasakan oleh perusahaan adalah menjaga reputasi perusahaan yang baik dengan memperoleh respon positif dari pasar seiring dengan kenaikan harga saham perseroan. Selain itu juga pengungkapan CSR dapat mengembangkan posisi *brand*, menaikkan penjualan dan loyalitas karyawan, memperluas pangsa pasar, mengurangi bias operasional, sekaligus menambah “pesona” perusahaan di mata investor (Cahya et al., 2017). Selain itu juga, CSR diharapkan dapat memberi manfaat kepada masyarakat sekitar seperti meningkatkan kualitas hidup masyarakat, kesejahteraan masyarakat, dan juga menjaga kelestarian lingkungan sekitar perusahaan. Penerapan CSR juga diharapkan dapat mengurangi malpraktik bisnis yang dapat merugikan negara.

Di Indonesia, CSR tengah berkembang lebih baik dari tahun-tahun sebelumnya. Sudah mulai banyak perusahaan yang mengimplementasikan CSR, baik segi praktik ataupun pengungkapannya. Kesadaran akan pentingnya CSR dapat dilihat dari meningkatnya implementasi CSR yang dilaporkan di dalam *annual report* sekaligus *press release* yang diungkapkan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia (Rizfani dan Lubis, 2019). Pada awalnya, pengimplementasian CSR masih sukarela untuk dilakukan, oleh karena itu perusahaan yang mengimplementasikan praktik CSR masih sedikit. Namun, semenjak disahkannya UU RI No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pada tanggal 20 Juli 2007 menyatakan bahwa perusahaan berkewajiban untuk memuat beberapa informasi dalam laporan tahunannya, salah satunya ialah informasi terkait pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh perusahaan.

Walaupun peraturan terkait CSR sudah ditetapkan, faktanya masih ada perusahaan yang tidak mengimplementasikan CSR. Seperti contohnya ribuan perusahaan di daerah Banten. Pernyataan Ketua Tim CSR Banten, Sunaryo, pada tahun 2019 yang diulas dalam www.rmolbanten.com tentang belum maksimalnya penyaluran CSR oleh ribuan perusahaan di Banten. Menurut Disnaker Banten, dari 14 ribuan perusahaan berskala kecil, menengah, dan besar, mayoritasnya belum terdaftar dalam forum CSR Banten dan belum dapat

dipastikan apakah perusahaan-perusahaan tersebut sudah melaksanakan atau belum tanggung jawabnya terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Faktanya, banyak perusahaan BUMN dan swasta berskala besar yang beroperasi di daerah Banten. Apabila perusahaan-perusahaan tersebut belum menjalankan tanggung jawabnya kepada lingkungan dan masyarakat, maka perusahaan-perusahaan tersebut tidak dapat membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Salah satu contoh perusahaan di Banten yang tidak melakukan praktik CSR dengan benar adalah PT Seven Gate Indonesia (SGI). Dalam situs berita suarabantennews.com, diketahui bahwa masyarakat Warnasari Cilegon melakukan protes pada PT SGI yang alokasi dana CSR-nya tidak melibatkan masyarakat, padahal PT SGI sudah berkomitmen kepada masyarakat sekitar untuk membagikan dana CSR. Dari berita ini juga dapat dilihat bahwa PT SGI hanya melaksanakan praktik CSR dengan memberikan dana CSR saja, bukan praktik CSR yang sesungguhnya seperti melakukan pembangunan di lingkungan sekitar perusahaan. Padahal seperti yang diketahui bahwa angka kemiskinan di daerah Banten menjadi salah satu masalah utama yang harus dikurangi oleh pemerintah provinsi Banten pada tahun 2019. Terdapat 12,6 juta penduduk di provinsi Banten, sejumlah 641.420 penduduk masih hidup dalam kemiskinan. Diketahui bahwa penduduk miskin di Banten tersebar di 8 Kabupaten/Kota (IDN Times Banten, 2019). Jika ribuan perusahaan tersebut mengimplementasikan CSR, diharapkan perusahaan-perusahaan tersebut dapat membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Semakin pesatnya perkembangan perusahaan-perusahaan di Indonesia, baik dalam perspektif ekonomi konvensional ataupun ekonomi syariah. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan berbasis ekonomi syariah juga membutuhkan konsep CSR. *Islamic Social Reporting (ISR)* yaitu bentuk laporan pertanggungjawaban sosial yang standarnya disesuaikan dengan standar syariah. Pada dasarnya, CSR dan ISR memiliki tujuan yang sama, yaitu untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial perusahaan terhadap makhluk hidup yang berada di sekitar perusahaan, yang menjadi sumber informasi calon investor untuk dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan. Bedanya dengan

CSR, konsep ISR tidak sebatas menyediakan informasi untuk membantu calon investor melakukan pengambilan keputusan, konsep ini mendukung entitas dalam memenuhi kewajibannya kepada Allah SWT sang pencipta, serta memenuhi kewajiban perusahaan kepada ciptaan Allah SWT (Kurniawati dan Yaya, 2017). Dalam pembentukan konsep dan kriteria ISR merujuk kepada Al-Qur'an dan as-Sunnah. Sedangkan dalam konsep CSR yang menjadi rujukan utamanya adalah cara pandang masyarakat Barat yang umumnya menggunakan rasionalitas, budaya yang berkembang di Barat, dan dipengaruhi oleh keyakinan agama Kristen (Yusuf 2017, hlm. 15). Maka dari itu, apabila lembaga keuangan ataupun non-keuangan syariah mengikuti praktik CSR dengan konsep CSR yang merujuk pada cara pandang masyarakat dan budaya yang berkembang di Barat dapat menimbulkan pertentangan nilai dan keyakinan.

ISR pertama kalinya diusulkan dan dikembangkan dalam suatu jurnal dengan judul *Social Reporting Disclosure an Islamic Perspective* yang ditulis oleh Prof. Roszaini Haniffa (2002), seorang professor akuntansi di Malaysia. ISR diungkapkan ke dalam 5 (lima) tema, yaitu keuangan dan investasi, produk dan jasa, karyawan, masyarakat, dan lingkungan hidup, masing-masing tema tersebut memiliki sub temanya masing-masing. Pada CSR, standar pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan menggunakan *Global Reporting Initiative Index* (index GRI), sedangkan pengungkapan ISR menggunakan *Islamic Social Reporting Index* (Indeks ISR). Indeks ISR digunakan sebagai standar dalam pengungkapan laporan tanggung jawab sosial oleh entitas Islam yang merujuk pada standar-standar pengungkapan CSR yang telah diresmikan oleh AAOIFI dimana item-item pengungkapan CSR nya terus dikembangkan oleh peneliti-peneliti selanjutnya yang disesuaikan dengan prinsip syariah (Sari dan Helmayunita, 2019).

Indeks ISR merupakan salah satu bentuk dari berkembangnya *social reporting* yang terfokus pada fungsi perusahaan dalam perspektif ekonomi dan spiritual yang dinaungi oleh harapan masyarakat (Haniffa, 2002). Dalam suatu jurnal yang memiliki judul *Islamic Social Reporting of Listed Companies In Malaysia* disusun oleh Othman dan Thani (2010) menginformasikan bahwa tema pengungkapan ISR telah berkembang menjadi 6 (enam) poin, yang

ditambah dengan tema tata kelola perusahaan. Masing-masing tema berisi beberapa indikator, apabila digabungkan menjadi 43 item.

Di Indonesia, perkembangan industri keuangan syariah terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Mengingat juga, banyaknya penganut agama Islam di Indonesia. Dalam berita yang dimuat di *kompasiana.com*, perkembangan ini dibuktikan dengan banyaknya bank dan perusahaan berbasis syariah yang mulai berdiri di Indonesia. Selain industri keuangan, industri pasar modal berbasis syariah juga mengalami perkembangan. Di tahun 2000 Jakarta Islamic Index diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) yang bertujuan dapat memberikan kesempatan untuk calon investor-investor yang berkeinginan untuk berinvestasi dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, pengungkapan ISR oleh industri keuangan syariah berperan penting dalam menarik investor untuk dapat menanamkan modalnya. Walaupun perkembangan industri keuangan maupun non-keuangan syariah di Indonesia terus meningkat, penelitian yang membahas tentang penerapan ISR masih terfokus di bidang industri keuangan seperti perbankan syariah. Pada bidang industri non keuangan, seperti pasar modal, belum banyak diteliti. Dapat disimpulkan penggunaan konsep ISR ini belum tersebar luas di Indonesia (Kurniawati dan Yaya, 2017).

Beberapa faktor dapat memengaruhi pengungkapan ISR, salah satu diantaranya yaitu Komisaris Independen. Komisaris Independen adalah satu di antara pengurus yang terdapat di dalam perusahaan tetapi tidak memiliki hubungan langsung dengan perusahaan (Mukhibad dan Fitri, 2020). Adanya komisaris independen dalam perusahaan diharapkan dapat menumbuhkan sikap independensi dewan komisaris yang diharapkan dapat memprioritaskan kepentingan perusahaan terlebih dahulu, serta mengetahui penempatan kepentingan para pemegang saham (Kurniawati dan Yaya, 2017). Sulistyawati dan Yuliani (2017) mengungkapkan bahwa Komisaris Independen memengaruhi pengungkapan ISR. Begitu juga dengan Ariyani (2018) dan Sari dan Helmayunita (2019) yang mengungkapkan bahwa Komisaris Independen memengaruhi pengungkapan ISR. Sedangkan, Kurniawati dan Yaya (2017) dan Mukhibad dan Fitri (2020) mengungkapkan bahwa Komisaris Independen tidak memengaruhi pengungkapan ISR.

Selain Komisaris Independen, ada faktor lain yang berpengaruh terhadap pengungkapan ISR yaitu Ukuran Perusahaan. Ukuran Perusahaan sebagai tolak ukur besar atau kecilnya suatu perusahaan, salah satu bentuk perhitungannya adalah total asset perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan jika total asset suatu perusahaan besar, maka ukuran perusahaan dapat dinyatakan besar dikarenakan modal yang ditanamkan perusahaan semakin banyak (Rizfani dan Lubis, 2019). Agtriyanti dan Setiawati (2018), Ariyani (2018), Purwani et al. (2018), Rizfani dan Lubis (2019), Mukhibad dan Fitri (2020), dan Wahyono et al. (2020) menyatakan Ukuran Perusahaan memengaruhi pengungkapan ISR. Begitu juga dengan Cahya et al. (2017) menyatakan Ukuran Perusahaan memengaruhi pengungkapan ISR. Sementara Sulistyawati dan Yuliani (2017) dalam studinya menyatakan tidak ada pengaruh Ukuran Perusahaan pada pengungkapan ISR.

Umur Perusahaan menjadi faktor terakhir yang dinilai memengaruhi pengungkapan ISR. Logikanya, perusahaan yang telah berdiri dalam waktu yang cukup lama diperkirakan informasi yang diungkapkan pun akan lebih luas ketimbang perusahaan yang belum lama berdiri. Pernyataan tersebut didukung oleh teori keagenan (*agency theory*), memperjelas bahwa perusahaan akan lebih mengetahui kebutuhan informasi perusahaan jika perusahaan sudah lebih berpengalaman dalam pengungkapan laporan tahunan, sehingga dapat mengurangi asimetri informasi (Rizfani dan Lubis, 2019). Rizfani dan Lubis (2019) dalam studinya menegaskan bahwa terdapat pengaruh umur perusahaan pada pengungkapan ISR, begitu juga dengan Ariyani (2018) dan Wahyono et al. (2020) membuktikan bahwa Umur Perusahaan memengaruhi pengungkapan ISR. Sedangkan Agtriyanti dan Setiawati (2018) dalam studinya menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dalam hubungan umur perusahaan pada pengungkapan ISR.

Dari fenomena dan *gap research* yang telah disampaikan di atas membuktikan bahwa ditemukan ketidakpastian dari hasil penelitian-penelitian sebelumnya. Sehingga penelitian selanjutnya dengan topik pembahasan yang sama masih diperlukan untuk memastikan apakah ketidakpastian dari hasil-hasil penelitian masih ditemukan. Karena motivasi tersebut, penelitian ini mengangkat topik yang sama, yaitu pengungkapan ISR. Penelitian ini

mereplikasi penelitian dari Kurniawati dan Yaya (2017) dengan beberapa perbedaan yaitu sampel penelitian menggunakan perusahaan-perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index (JII) periode 2017-2019, lalu menggunakan dua variabel independen yang berbeda yaitu Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan. Penggunaan teori dalam penelitian ini masih sama dengan penelitian sebelumnya, hanya ditambah teori keagenan (*agency theory*), teori *stakeholder*, dan teori pengungkapan.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, adapun rumusan masalah penelitian yang dapat diperoleh yakni:

1. Apakah Komisaris Independen berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)*?
2. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)*?
3. Apakah Umur Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dibuat berlandaskan penjelasan dari latar belakang dan rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian yang diperoleh yaitu:

1. Untuk menguji apakah Komisaris Independen berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)*.
2. Untuk menguji apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)*.
3. Untuk menguji apakah Umur Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)*.

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

Dilaksanakannya penelitian ini, dimaksudkan agar dapat memberikan manfaat kepada para pengguna penelitian ini, yang di antaranya:

1. Aspek teoritis: harapan di masa depan, penelitian ini dapat menyumbangkan pemikiran, wawasan, dan bahan analisis untuk dijadikan sumber dalam penelitian lanjutan dalam hal mengungkapkan informasi *Islamic Social Reporting* dan faktor-faktor yang memengaruhinya.
2. Aspek praktis:
 - a. Bagi Akademisi

Informasi yang disampaikan dalam penelitian ini diharapkan relevan bagi akademisi dan menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya, yang berkaitan dengan pengungkapan *Islamic Social Reporting* dan faktor-faktor yang memengaruhinya.
 - b. Bagi Perusahaan

Harapan ke depannya, penelitian ini dapat menyampaikan gambaran berupa hal apa saja yang harus dipertimbangkan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial kepada karyawan, masyarakat, lingkungan, dan pemerintah sesuai prinsip-prinsip syariah.
 - c. Bagi Investor

Mengedukasi calon investor yang ingin berinvestasi sesuai syariat Islam bagaimana pentingnya pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) untuk menjadi bahan pertimbangan dan perhitungan dalam pengambilan keputusan berinvestasi pada perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index (JII).