

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perbankan Syariah saat ini telah berkembang dan banyak dikenal masyarakat dengan beragam produk yang diberikan, namun masih banyak yang beranggapan bahwa perbankan syariah hanya memikirkan keuntungan seperti bank konvensional dan kurang kepekaan terhadap peristiwa sosial. Seperti yang diungkapkan Gubernur Bank Indonesia (BI) Agus Martowadjojo dalam seminar “*Integreting Islamic Commercial and Social Finance to Strengthen Financial System Stability*” di Surabaya pada bulan Oktober 2016, yang “mengkritisi perbankan syariah saat ini cenderung pada sisi komersil, kurang memberikan bukti dalam pengembangan sosial masyarakat. Beliau mengajak untuk menguatkan sisi pembiayaan sosial dan mengembangkan perbankan syariah agar lebih berorientasi kepada kesejahteraan masyarakat rakyat yang sesuai dengan tujuan syariah bukan semata memperjuangkan keuntungan pemegang saham (Hamidi,2016).

Tujuan berdirinya suatu perusahaan adalah untuk memperoleh laba namun hal ini menjadi tidak relevan apabila menjadi tujuan satu-satunya yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan karena sejatinya tanggung jawab dari perusahaan tidak hanya kepada pemilik perusahaan saja, akan tetapi juga kepada seluruh mitra yang telah berkontribusi dalam pengembangan usaha (Bayumi,2016:2).

Tanggung jawab perusahaan dapat dilakukan dengan menciptakan dan menampilkan nilai yang dimilikinya, dalam rangka relevansi tujuan yang harus dicapai oleh perusahaan agar terciptanya maksimalisasi kemakmuran bagi para mitra dan pemilik perusahaan (Mardiyati,2012:1).

Perbankan syariah di indonesia berkembang mulai dari bank syariah pertama di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia yang beroperasi mulai tahun 1992 dan sampai sekarang terdapat 13 bank umum syariah yang terdaftar di OJK. Hal ini membuktikan semakin ketat persaingan antar bank syariah di

Indonesia dan menuntut perusahaan untuk menjalani dan menghadapi segala situasi agar mampu bertahan dalam persaingan situasi tersebut, sekaligus dapat mempertahankan sesuai dengan tujuan perbankan syariah. Pada perbankan syariah nilai perusahaan merupakan hal yang mendapat tanggapan dari para investor melalui tujuan perbankan syariah yang memiliki nilai pandangan sesuai dengan syariah islam, terutama sebagai perusahaan keuangan syariah yang menarik dananya dari masyarakat (Fitria dan Hartanti, 2010).

Tujuan perbankan syariah yang terdapat dalam UU Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 3 tentang Perbankan Syariah bahwa “Perbankan syariah bertujuan menunjang pelaksanaan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat” dengan memberikan perhatian penuh pada kegiatan operasional dan finansial perusahaan. Penguatan pada sisi pengendalian dan perencanaan fungsi manajemen perbankan syariah sangat penting untuk menghadapi persaingan karena akan berpengaruh secara langsung terhadap kelancaran dan keberhasilan perusahaan untuk mencapai tujuannya (Afrinaldi, 2013).

Perkembangan bank syariah dari tahun ke tahun ini tentunya akan dilirik oleh para penyandang dana seperti para kreditur dan investor. Investor akan tertarik untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan yang terus tumbuh dan berkembang, begitu juga dengan para kreditur. Mereka tidak akan asal-asalan emilih perusahaan yang akan mereka investasikan. Para investor atau penyandang dana atentunya akan memperlihatkan nilai perusahaan apakah saham perusahaanya layak dibeli atau tidak dan apakah perusahaanya itu memiliki nilai atau tidak. Dalam mempertimbangkan nilai perusahaan perusahaan tentunya ada beberapa faktor-faktor yang bias mempengaruhi perubahan nilai perusahaan misalnya profitabilitas dan kinerja perusahaan itu sendiri.

Asset perbankan syariah akan semakin besar dengan bertambahnya kantor – kantor cabang perusahaan dan juga memicu terjadi pertambahan nasabah bank karena semakin dikenal oleh masyarakat. Semakin banyak nasabah yang dimiliki oleh perbankan syariah, tugas penyaluran dan kepada masyarakat luas dapat dilakukan secara maksimal. Imbalan yang dapat atas

penyaluran dana yang telah dilakukan tersebut baik yang berupa bagi hasil ataupun margin dapat mempebesar asset perusahaan.

Asset yang semakin besar pada perusahaan menunjukkan modal yang ditanam akan semakin banyak. Semakin sering dan banyak volume penjualan maka akan semakin banyak pula perputaran uang perusahaan dan apabila semakin besar kapitalisasi pasar perusahaan, maka semakin besar pula perusahaan tersebut dikenal oleh masyarakat. Ukuran besar kecilnya suatu perusahaan biasanya dilihat dari asset atau aktiva perusahaan.

Pengukuran nilai perusahaan dengan kinerja tidak hanya dengan membandingkan tingkat antar keduanya, tetapi lebih disatukan dengan pengukuran saat ini atau menggunakan pengukuran yang ada untuk mendapatkan sebuah pengukuran kinerja bank syariah yang komprehensif yang mencakup aspek keuangan dan syariahnya. Salah satunya yang menjadi faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu untuk mengukur tingkat efektifitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan, profitabilitas dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur tingkat efektifitas kinerja manajemen. Kinerja yang baik akan ditunjukkan lewat keberhasilan manajemen dalam menghasilkan laba yang maksimal bagi perusahaan (Hery,2016).

Salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat kinerja keuangan adalah *Return On Asset (ROA)*, ada banyak rasio untuk mengukur kinerja keuangan, namun dalam penelitian ini akan lebih fokus untuk menganalisis kinerja keuangan yang diproksikan dengan *Return On Asset (ROA)*. Pemilihan *Return On Asset (ROA)* dalam penelitian ini karena *Return On Asset (ROA)* memiliki beberapa keunggulan, salah satunya yaitu mampu mengukur tingkat efektifitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan. rasio ROA lebih fokus dapat menunjukkan seberapa besar efektifitas perusahaan dalam menggunakan asetnya dalam jangka pendek, dimana semakin tinggi hasil pengembalian atas aset berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah yang tetanam dalam total aset perusahaan (Hery,2016).

Selain itu pengukuran kinerja perbankan syariah dengan *Maqashid Syariah Index* (MSI) merupakan solusi atas permasalahan yang ada mengenai pengukuran kinerja bagi bank syariah, pengukuran ini memiliki beberapa kelebihan, antara lain pengukuran kinerja dengan *Maqashid Syariah Index* menjadi jawaban dari sebuah kebutuhan alat ukur yang sesuai dengan bank syariah itu sendiri. Hasil pengukuran *Maqashid Syariah Index* dapat digunakan sebagai pendekatan alternatif strategis yang dapat memberikan gambaran lebih luas dan dapat di implementasikan dalam bentuk kebijakan guna tercapainya tujuan syariah pada bank syariah tersebut, dan pengukuran dengan *Maqashid Syariah Index* menjawab bahwa bank syariah memiliki alat ukur yang sesuai untuk digunakan sehingga tidak mengacu pada pengukuran bank konvensional (Fitriyah dkk, 2016).

Disisi lain kelebihan *Maqashid Syariah Index* yang memiliki prinsip *masalahah* yang bertujuan untuk menegakkan dan memelihara *mafsadah* (keburukan), dimana ada dua acuan dalam pemeliharaan *maqashid syariah* yang dapat dijadikan landasan dalam perbankan syariah, yaitu sisi positif yang melakukan kegiatan untuk memelihara hal yang menjamin terciptanya *kemashlahatan* dan sisi negatif yang menolak dan menyingkirkan semua kemungkinan *mafsadah* yang terjadi atau yang akan terjadi dalam operasional perbankan syariah (Yusuf,2017).

Menurut Abdillah (2014), tujuan yang terbentuk bersifat luas yang seharusnya menjadi tujuan dan dasar operasional sebagai sebuah wujud perbankan syariah yang dilandaskan konsep *Maqashid Syariah Index*, tidak hanya perbankan syariah tetapi juga bank konvensional, karena berkaitan dengan kesejahteraan bagi semua pemangku kepentingan, bukan hanya pemegang saham atau pemilik perusahaan. Namun, untuk perbankan syariah lebih dianjurkan untuk menerapkan *Maqashid Syariah Index* karena salah satu faktor yang menghambat perkembangan perbankan syariah pada pasar global adalah kurangnya pengukuran kinerja keuangan yang disesuaikan dengan lembaga keuangan Islam dan operasional kerja mereka yang dianggap tidak dapat adil dan jelas mempresentasikan posisi keuangan mereka.

Menurut Aam dkk (2014), indikator kinerja non-finansial yang berupa *Maqashid Syariah* dengan pengukuran *Maqashid Syariah Index* hanya dijadikan sebagai informasi tambahan yang mendukung informasi keuangan, pernyataan tersebut sejalan dalam hasil penelitiannya bahwa statistik yang menunjukkan arah positif dimana semakin tinggi nilai *Maqashid Syariah Index* maka nilai perusahaan juga semakin tinggi, nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh faktor lain yang berdasarkan tujuan syariah maupun lainnya.

Melihat nilai perusahaan yang digambarkan dalam kondisi keuangan perusahaan saat ini sudah tidak relevan lagi, biasanya investor tertarik terhadap informasi lebih lengkap yang dilaporkan berupa informasi sosial dalam laporan tahunan (Hemawan dan Maf'ulah,2014). Perusahaan semakin menyadari bahwa perusahaan yang didirikan bertanggung jawab untuk masyarakat yang merupakan komitmen perusahaan terhadap dalam kepentingan *stakeholder* dalam arti luas, bukan hanya kepentingan pencapaian laba perusahaan saja, yaitu dengan menerapkan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Dengan pelaporan dan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan diharapkan untuk menerapkan prinsip 3P yaitu *profit, people dan place* dimana perusahaan tidak mengacu pada besarnya pencapaian profit atau laba, memberi perhatian pada masyarakat, dan peduli akan kelestarian lingkungan, dengan menerapkan prinsip tersebut, *stakeholder* dapat mengevaluasi kinerja *corporate social responsibility* (CSR) dan memberikan penghargaan maupun sanksi terhadap perusahaan sesuai hasil evaluasi (Fitriyah dkk,2016).

Terkait dengan adanya kebutuhan mengenai tanggung jawab sosial di perbankan syariah, saat ini banyak diperbincangkan mengenai *Islamic Social Reporting* (ISR) yang merupakan bentuk tanggung jawab sosial kompilasi item-item standart CSR yang ditetapkan oleh AAOFI (*Accounting and Auditing Organization For Islamic Financial Institutions*) yang kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh para peneliti mengenai item – item CSR yang seharusnya diketahui oleh suatu entitas islam. ISR diyakini dapat menjadi pijakan awal dalam hal standar CSR yang sesuai dengan prespektif islam (Purnama,2016).

Pengungkapan *Islamic Social Reporting* menggunakan enam indikator yang antara lain yang pertama berupa pendanaan dan investasi dengan mengutamakan konsep *tauhid, hallah* dan haram, dengan memperhatikan *maysir, ghoror dan riba* yang mengungkapkan praktik pembayaran dan pengelolaan zakat, kedua berupa produk dan jasa dengan mengutamakan konsep kehalalan produk yang diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS), ketiga berupa karyawan dengan mengutamakan konsep etika dan amanah, keempat berupa masyarakat dengan mengutamakan membantu melalui *sodaqoh, waqaf* dan *qard*. Kelima berupa lingkungan hidup yang mengutamakan konsep *mizan, i'tidal, khilafah dan akhirrat*. Keenam berupa tata kelola perusahaan yang mengutamakan konsep khilafah yang tidak bisa dipisahkan dari perusahaan guna memastikan pengawasan dari aspek syariah (Purnama,2016).

*Islamic Social Reporting* (ISR) yang baik pada perbankan syariah memiliki tingkat pengungkapan yang lebih luas. Pengungkapan yang lebih luas akan memberikan sinyal positif kepada pihak *stakeholder* selaku perusahaan maupun *shareholder* selaku pemegang saham. Informasi yang disampaikan kepada *stakeholder* dan *shareholder* akan memberikan pandangan bahwa perusahaan yang assetnya tinggi dan menjalankan tujuan syariah akan menimbulkan kepercayaan kepada perusahaan sehingga ikut meningkatkan nilai perusahaan dimasa yang akan datang (Fitriyah dkk, 2016)

Salah satu variabel yang mendukung dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah profitabilitas dan didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Gultom dkk, (2013) yang mengemukakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hermawan dan Maf'ulah, (2014) yang mengemukakan bahwa kinerja keuangan (*Return On Asset*) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pelaksanaan *maqashid syariah index* dengan menggunakan *maqashid syariah index* ini, banyak mendapat perhatian beberapa peneliti ekonomi syariah meskipun jumlahnya masih terbatas. Pengujian kembali yang dilakukan oleh peneliti dengan variabel *maqashid syariah index* dengan didukung

penelitian yang dilakukan oleh Fitriyah dkk,(2019) yang mengemukakan bahwa *maqashid syariah index* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi, (2018) yang mengungkapkan bahwa secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan kinerja *maqashid syariah index* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan namun secara simultan ukuran perusahaan dan kinerja *maqashid syariah index* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan sudah pernah dilakukan oleh Handriyani (2013) serta Putri dan Raharja (2013) menemukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wibowo et, al (2016) serta Stacia dan Juniarti (2015) menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Melihat tidak konsisten hasil penelitian, maka dari itu, berdasarkan penguraian dan permasalahan diatas saya mengambil judul **“Pengaruh Profitabilitas, Maqashid Syariah Index dan Islamic Social Reporting terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Bank Umum Syariah Yang Terdaftar di OJK Periode 2014 -2017)”**.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas maka penulis mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *Profitabilitas* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Bank Umum Syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan periode 2014 - 2017?
2. Apakah *Maqashid Syariah Index* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Bank Umum Syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan periode 2014 - 2017?
3. Apakah *Islamic Sosial Reporting* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Bank Umum Syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan periode 2014 - 2017?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Dari permasalahan yang dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan pada Bank Umum Syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan periode 2014 – 2017.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Maqashid Syariah Index* terhadap Nilai Perusahaan pada Bank Umum Syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan periode 2014 – 2017.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Islamic Sosial Reporting* terhadap Nilai Perusahaan pada Bank Umum Syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan periode 2014 – 2017.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan-tujuan penelitian di atas maka penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi :

1. Bagi Perbankan

Penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan dalam mengambil keputusan yang akan diambil oleh perbankan syariah dan dapat mengetahui faktor – faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kinerja perbankan syariah.

2. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai perbankan syariah serta sebagai ajang ilmiah untuk menetapkan teori perbankan syariah syariah yang telah diperoleh di bangku kuliah.

3. Bagi Pembaca Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan di bidang perbankan syariah dan memberikan informasi yang dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.