

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Tanggung jawab sosial semakin mendapatkan perhatian oleh kalangan dunia usaha. Sejak era reformasi bergulir, masyarakat semakin kritis dan mampu melakukan kontrol sosial terhadap dunia usaha. Perubahan pada tingkat kesadaran masyarakat memunculkan kesadaran baru terhadap perusahaan tentang pentingnya melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Daniri: 2008). Perkembangan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia telah mengalami peningkatan baik dalam kuantitas maupun kualitas dibandingkan dari tahun-tahun sebelumnya. Hal ini terlihat dari semakin maraknya unit-unit bisnis yang melaporkan praktik *Corporate Social Responsibility* dalam membuat laporan keuangan tahunan (Fitria dan Hartanti, 2010). Dan semakin banyaknya perusahaan di Indonesia yang menggunakan standar *Global Reporting Initiative Index* (Indeks GRI) dalam melakukan pelaporan *Corporate Social Responsibility* (Darwin, 2007).

Seiring dengan adanya perkembangan *Corporate Social Responsibility*, Daniri (2008) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line* (SBL) yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Menurut Elkington (1997) mengembangkan konsep SBL menjadi *triple bottom line* (TBL) yang dikenal dengan istilah *economics prosperity*, *environmental quality*, dan *social justice*. Elkington (1997) berpendapat bahwa jika perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidup, maka perusahaan tersebut harus menjalankan konsep “3P”, dimana perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan (*profit*), namun juga memperhatikan kondisi dan mensejahterakan masyarakat (*people*), serta menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) saat ini telah banyak dilakukan di negara berkembang, salah satunya di Indonesia. Waryanto (2010) memaparkan bahwa perkembangan praktik dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia mendapatkan dukungan dari pemerintah. Hal ini sesuai dengan dikeluarkannya regulasi pelaporan tentang *Corporate Social Responsibility* perusahaan yang semula hanya bersifat sukarela (*voluntary*) menjadi bersifat wajib (*mandatory*) dengan adanya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 66 ayat 2 huruf c menyebutkan bahwa salah satu isi dari laporan tahunan wajib memuat laporan pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan; dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal pasal 15 huruf b menyatakan bahwa setiap penanaman modal berkewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.

Seiring dengan adanya perkembangan *Corporate Social Responsibility*, perusahaan mulai menyadari untuk mengungkapkan sebuah laporan yang tidak hanya berpijak pada *single bottom line*, yaitu kondisi keuangan perusahaan saja tetapi berpijak pada *triple bottom line*, yaitu selain informasi keuangan juga menyediakan informasi sosial dan lingkungan, yang kemudian disebut *sustainability report*. *Sustainability report* ini disusun dengan pedoman (standar) *Global Reporting Initiative (GRI)* yang telah dikembangkan sejak tahun 1990 dan disusun tersendiri terpisah dari laporan keuangan atau laporan tahunan.

Konsep *Corporate Social Responsibility* tidak hanya berkembang di ekonomi konvensional tetapi juga berkembang di ekonomi Islam. Sekarang ini sudah semakin banyak perusahaan-perusahaan yang menerapkan prinsip syariah didalam menjalankan bisnisnya. Salah satu aspek yang menjadi sorotan di dalam penerapan prinsip-prinsip Islam adalah tanggung jawab sosial. Haniffa pada tahun 2002 adalah orang pertama kali yang menggagaskan tentang *Islamic Social Reporting* kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh Othman *et. al.*, di Malaysia pada tahun 2009. Haniffa (2002) menyatakan bahwa terdapat keterbatasan dalam laporan sosial konvensional, sehingga ia mengemukakan kerangka konseptual *Islamic Social Reporting* yang berdasarkan ketentuan syariah. *Islamic Social Reporting* ini tidak hanya berperan dalam pengambilan keputusan bagi pihak

muslim namun juga membantu pihak perusahaan dalam memenuhi kewajiban kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala dan juga masyarakat.

Konsep *Corporate Social Responsibility* dalam Islam erat kaitannya dengan perusahaan-perusahaan yang menjalankan kegiatan bisnis sesuai dengan konsep syariah yang diharapkan perusahaan tersebut dapat melakukan tanggung jawab sosial perusahaan secara Islami. Sejalan dengan makin meningkatnya pelaksanaan CSR dalam konteks Islam, maka makin meningkat pula keinginan untuk membuat pelaporan sosial yang bersifat syariah terutama pelaporan sosial pada perusahaan atau lembaga berbasis syariah. Pelaporan tanggung jawab sosial bersifat syariah dikembangkan dengan menggunakan *Islamic Social Reporting Index*.

Othman dan Thani (2010) memaparkan bahwa perkembangan pasar modal syariah yang begitu cepat membuat perusahaan-perusahaan yang masuk pada Daftar Efek Syariah diekspektasikan untuk menyajikan suatu dimensi religi dalam pengungkapan laporan tahunan yang bertujuan untuk memberi manfaat bagi pemangku kepentingan muslim. Oleh karena itu, dibutuhkan acuan (*guideline*) untuk mengukur sejauh mana perusahaan-perusahaan yang terdapat pada Daftar Efek Syariah membuat laporan tanggung jawab sosial yang turut menyajikan aspek-aspek religi dalam laporan tahunan dengan menyajikan pemenuhan kewajiban perusahaan yang sesuai dengan syariah.

Berbagai penelitian tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility* secara konvensional maupun syariah (*Islamic Social Reporting*) pada perusahaan menunjukkan hasil yang beragam dengan menggunakan beberapa faktor, diantaranya dengan menggunakan faktor *leverage*, tipe industri, ukuran komite audit, dan kinerja lingkungan.

Scott (2000:170) dalam Fahrizqi (2010) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial, supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi (mengurangi biaya pengungkapan). Berkaitan dengan *leverage* dan pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR). Penelitian yang

dilakukan Rizkiningsih (2012) dan Firmansyah (2013) menemukan tidak ada pengaruh antara *leverage* terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR), sedangkan Cahya (2010) menemukan pengaruh antara *leverage* dengan pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR).

Penelitian dengan menggunakan faktor tipe industri yang dikelompokkan menjadi dua, yaitu *high profile* dan *low profile* telah digunakan oleh Purwanto (2011) membuktikan bahwa tipe industri mempengaruhi pengungkapan pertanggung jawaban sosial, sedangkan Karina dan Yuyetta (2013) yang juga membagi tipe industri menjadi dua yaitu *high profile* dan *low profile* menunjukkan bahwa tipe industri tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Penelitian oleh Othman *et. al.* (2009) membagi tipe industri menjadi industri manufaktur dan industri manufaktur. Penelitian ini tersebut menunjukkan bahwa tipe industri ini tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Penelitian dengan menggunakan faktor ukuran komite audit yaitu Komite Nasional Kebijakan *Governance* (2006) menyatakan dalam melaksanakan tugasnya, dewan komisaris dapat membentuk komite. Usulan dari komite disampaikan kepada dewan komisaris untuk memperoleh keputusan. Menurut Gestari (2014) ukuran komite audit yang lebih besar diharapkan dapat menjaga kinerja perusahaan yang lebih baik. Hal ini dikarenakan semakin besar ukuran komite audit, maka peran komite audit dalam mengendalikan dan memantau manajemen puncak akan semakin efektif. Semakin besar ukuran komite audit maka kinerja perusahaan akan semakin bagus dan pengungkapan kinerja sosial (tanggung jawab sosial) perusahaan semakin luas. Penelitian ini tersebut menunjukkan bahwa ukuran komite audit ini memiliki pengaruh terhadap pengungkapan ISR.

Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik akan cenderung mengungkapkan *performance* perusahaan dalam tanggung jawab sosial. Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil penelitian Maulida *et. al.* (2014) yang menemukan bukti bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*, penelitian Wijaya (2012), kinerja lingkungan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan penelitian

Novrizal dan Fitri (2016) kinerja lingkungan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Penelitian ini mengembangkan penelitian yang dilakukan oleh Widiawati (2012) dan Asyhari (2015). Widiawati (2012) dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, tipe industri, dan jenis bank mempunyai pengaruh terhadap tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting*. Asyhari (2015) dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris, komposisi dewan komisaris independen, frekuensi rapat dewan komisaris, ukuran komite audit, frekuensi rapat komite audit, ukuran dewan komisaris syariah, frekuensi rapat dewan komisaris syariah, kualitas auditor, dan profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap tingkat pengungkapan *Islamic Social Reporting*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Widiawati (2012) dan Asyhari (2015) adalah penulis menambahkan dua variabel tambahan yaitu *leverage* dan kinerja lingkungan yang diperkirakan dapat mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting*, karena kedua variabel tersebut merupakan bagian perusahaan yang sangat berpengaruh terhadap kegiatan perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Leverage*, Tipe Industri, Ukuran Komite Audit, dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting*(Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Daftar Efek Syariah Tahun 2013-2016)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, maka perumusan masalah penelitian yang akan dibahas adalah:

1. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*?
2. Apakah tipe industri berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*?
3. Apakah ukuran komite audit berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*?

4. Apakah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang ditentukan, maka penelitian ini memiliki tujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan yang tercatat di Daftar Efek Syariah tahun 2013-2016.
2. Untuk mengetahui pengaruh tipe industri terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan yang tercatat di Daftar Efek Syariah tahun 2013-2016.
3. Untuk mengetahui pengaruh ukuran komite audit terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan yang tercatat di Daftar Efek Syariah tahun 2013-2016.
4. Untuk mengetahui kinerja lingkungan terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan yang tercatat di Daftar Efek Syariah tahun 2013-2016.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat oleh beberapa pihak sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman mengenai pelaksanaan pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan-perusahaan yang tercatat di Daftar Efek Syariah.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan-perusahaan yang tercatat di Daftar Efek Syariah agar dapat melakukan tanggung jawab sosial yang sesuai dengan ketentuan syariah.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran kepada masyarakat mengenai pengungkapan *Islamic Social Reporting* dalam laporan tahunan perusahaan, sehingga dapat dijadikan acuan untuk pengambilan keputusan berinvestasi yang tidak hanya terpaku pada kinerja keuangan tetapi juga kinerja sosial perusahaan.