

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan syariah yang memasuki tahun 2018, perbankan syariah nasional telah diprediksi akan tumbuh lebih baik dari sebelumnya. Hal ini didorong beberapa pihak dari pemerintahan dan membaiknya bank umum syariah (BUS) skala besar. Dalam paparan *Karim Consulting Indonesia (KCI)* menyatakan bahwa proyeksi perbankan syariah 2018 tahun depan akan menjadi titik tolak bagi perbankan syariah untuk tumbuh lebih baik 2010-2014 mengalami masa sulit.

Hal yang paling mendasari perlunya pengembangan perbankan syariah seperti dalam konteks pengelolaan perekonomian makro adalah meluasnya penggunaan berbagai produk dan instrumen keuangan syariah. Dengan semakin meluasnya penggunaan produk dan instrumen syariah tersebut akan mendukung kegiatan keuangan dan bisnis masyarakat serta akan mengurangi transaksi-transaksi yang bersifat spekulatif, sehingga mendukung stabilitas sistem keuangan secara keseluruhan, yang akan memberikan kontribusi secara signifikan terhadap pencapaian kestabilan harga dalam jangka menengah-panjang.

Bambang Brodjonegoro (2015) menjelaskan bahwa dari beberapa studi pada periode tahun 2008-2009 mengatakan bahwa bank syariah memiliki daya tahan lebih kuat saat berhadapan dengan krisis dibandingkan bank konvensional, karena perbankan syariah cenderung bermain saham. Setiap transaksi dalam keuangan syariah harus dilandaskan pada aset dasar (*underlying asset*), berbeda dengan perbankan konvensional yang cenderung spekulatif

Berdasarkan paparan awal mengenai perkembangan perbankan syariah di Indonesia memicu adanya persaingan yang semakin kompetitif dengan berusaha untuk memberikan inovasi dalam menawarkan produk-produk dan meningkatkan nilai perusahaan untuk mencapai tujuan berupa keuntungan. Keuntungan ini dapat dilihat melalui profitabilitas (laba), rasio profitabilitas digunakan untuk melihat besarnya keuntungan yang diraih, rasio ini juga dapat digunakan untuk melihat keberhasilan suatu kinerja bank.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang optimal. Susilawati (2012) juga menjelaskan bahwa profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui kemampuan dan sumber daya seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan lain sebagainya. Tingginya profitabilitas perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan itu tergantung dari persepsi investor terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan. Profitabilitas merupakan indikator yang sering digunakan investor untuk melihat nilai dari sebuah perusahaan.

Perusahaan merupakan pondasi yang paling kuat bagi perekonomian dunia usaha. Semua perusahaan baik bergerak dibidang usaha dagang maupun manufaktur pada umumnya bertujuan untuk mendapatkan laba. Untuk menjadi semakin berkembangnya perusahaan syarat utamanya adalah menaikkan laba.

Adapun selain laba, banyak perusahaan menjadi semakin berkembang, dengan tanggung jawab sosial yang mereka kembangkan, Erni (2007) dalam Sutopoyudo (2009) menyatakan bahwa sudah banyak perusahaan swasta kini mengembangkan apa yang disebut *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Penerapan pada CSR tidak lagi dianggap cost, melainkan sebagai investasi perusahaan yang menguntungkan.

Nugroho (2007) dalam Dahli dan Siregar (2008) menyatakan bahwa Global Compact Initiative (2002) menyebutkan pemahaman tentang 3P (*profit, people, planet*), yaitu tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (*profit*), tetapi juga mensejahterakan orang (*people*), tetapi juga menjamin keberlanjutan hidup planet ini. Adapun program-program sosial yang sudah berkembang berupa bantuan fisik,

pelayanan kesehatan, pembangunan masyarakat (*community development*), *outreach*, beasiswa dan sebagainya. Selain itu Darwin (2004) dan Rakhiemah dan Agustia (2009) menyatakan bahwa perusahaan dapat memperoleh banyak manfaat dari praktik dan pengungkapan pengaruh *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*. Diantaranya apabila dipraktikkan dengan benar maka dapat mempererat komunikasi dengan skateholder. Adapun selain itu juga dapat meraih *competitive advantage* dalam hal modal, tenaga kerja suplier, dan pasar pangsa

Muhammad (2013) menyatakan bahwa nilai-nilai etika dalam korporasi dan bisnis merupakan satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan, dimana norma-norma agama merevisi sistem dan hukum ekonomi sebagai kode etik serta disiplin yang diterapkan untuk memecahkan permasalahan moral dunia bisnis. Sehingga pada perbankan syariah perlu membangun dan meningkatkan reputasinya secara baik untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat secara penuh.

Dalam membangun reputasi yang baik sangat ditentukan oleh identitas perusahaan itu sendiri. Identitas perusahaan perbankan syariah tentunya berbeda dengan identitas perusahaan perbankan konvensional, termasuk dalam hal informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan. Haniffa dan Hudaib (2007) menjelaskan bahwa terdapat lima ciri khas yang membedakan identitas etika perbankan syariah dengan identitas etika perusahaan secara umum (perbankan konvensional) diantaranya yaitu filsafat dan nilai yang mendasari, penyediaan produk dan jasa bebas riba, kesepakatan berdasarkan aturan prinsip Islam, fokus pada tujuan pembangunan dan sosial serta kepatuhan pada Dewan Pengawasan Syariah (DPS).

Dalam Penelitian Haniffa dan Hudaib (2007) dirumuskan dimensi identitas etika ideal yang seharusnya diungkapkan dalam laporan tahunan perbankan syariah, yaitu pernyataan visi dan misi, informasi direksi dan manajemen, produk dan jasa, zakat, sedekah dan qard hasan, komitmen terhadap karyawan, komitmen terhadap debitur, komitmen terhadap masyarakat dan informasi Dewan Pengawas Syariah (DPS). Dari penelitian Haniffa dan Hudaib (2007) tersebut belum membahas tentang hubungan pengungkapan identitas etika ideal dengan nilai perusahaan perbankan syariah.

Dalam penelitian itu, peneliti akan mengembangkan penelitian dari Mega Karunia Rosdwianti, M. Dzulkirom, dan Zahro Z.A yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan (Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2014) dalam Penelitiannya menyatakan bahwa hubungan CSR dan Profitabilitas adalah salah satu strategi dalam meminimisir resiko dan meningkatkan Profitabilitas . dan Penelitian dari Dahlifah dan Nopia dalam jurnal internasionalnya yang berjudul “pengaruh pengungkapan kepatuhan syariah nilai nilai perusahaan “ . perbedaan penelitian ini dari penelitian sebelumnya dengan mengkombinasikan *Corporate Social Responsibility* dengan Identitas Etika Islam sebagai pengungkapannya yang berpengaruh terhadap profitabilitas. Oleh karena itu penelitian ini, mengembangkan dan menganalisis pengaruh tingkat pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dan Identitas Etika Islam terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah di Indonesia.

1.2 Perumusan Masalah

Atas dasar uraian tersebut permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Profitabilitas ?
2. Apakah Identitas Etika Islam berpengaruh positif terhadap Profitabilitas ?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility* dan Identitas Etika Islam berpengaruh simultan terhadap Profitabilitas?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui::

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas
2. Pengaruh Identitas Etika Islam terhadap Profitabilitas
3. Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan Identitas Etika Islam terhadap profitabilitas

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat/kegunaan antara lain :

1. Bagi penulis penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pentingnya pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Identitas Etika Islam terhadap tingkat ROA
2. Bagi pembaca dapat dijadikan referensi dan tambahan informasi untuk pihak lain yang ingin mempelajari materi tentang pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Identitas Etika Islam terhadap tingkat ROA terhadap nilai perusahaan, serta pengaruhnya pada bank umum syariah.
3. Untuk menambah studi pustaka mengenai pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Identitas Etika Islam terhadap tingkat ROA yang mempengaruhi pada bank umum syariah di Indonesia.
4. Bagi pihak yang terkait hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan referensi untuk pihak-pihak terkait, khususnya para pengambil keputusan tentang bank umum syariah.
5. Bagi perusahaan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggung jawaban sosial perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada social dan tambahan informasi tentang meningkatkan ROA atas pengungkapan dari Identitas Etika Islam dan *Corporate Social Responsibility*.