

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam perkembangan dunia usaha saat ini telah dikenal dengan konsep Tata Kelola Perusahaan atau *Corporate Governance*. Banyak perusahaan yang saat ini menerapkan konsep CG sebagai landasan usaha, baik di Indonesia maupun di mancanegara. CG dapat diartikan sebagai sistem dan seperangkat peraturan yang mengatur hak antara pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) terutama dalam arti sempit hubungan antara para pemegang saham, dewan komisaris dan dewan direksi demi tercapainya tujuan perusahaan. Dalam penerapan konsep CG tersebut, diharapkan mampu meningkatkan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan (*stakeholders*).

Menurut Wibowo (2010) CG diperlukan untuk mendorong terciptanya pasar yang efisien, transparan dan konsisten sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. CG memiliki subjek berbagai macam aspek, salah satu fokus utama CG yaitu mengenai masalah akuntabilitas dan tanggungjawab. Implementasi dalam topik tersebut menegai pedoman dan mekanisme untuk memastikan perilaku yang baik dan melindungi kepentingan pemegang saham. Adapun sisi lain yang menjadi subjek dari penerapan CG pada perusahaan adalah sudut pandang pemangku kepentingan, yang menunjukkan perhatian dan akuntabilitas lebih terhadap pihak-pihak lain selain pemegang saham, yaitu karyawan dan lingkungan.

Konsep *Corporate Governance* melalui konsep yang menyangkut struktur perseroan, yang terdiri dari unsur-unsur RUPS, direksi dan komisaris dapat terjalin hubungan dan mekanisme kerja, pembagian kerja, pembagian Tugas, kewenangan dan tanggungjawab yang harmonis, baik secara intern maupun ekstern dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan demi kepentingan *shareholders* dan *stakeholders*. Perusahaan dalam melakukan tanggungjawab kepada para *stakeholders*, salah satunya disampaikan melalui pengungkapan pertanggungjawaban sosial atau *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Pengungkapan pertanggungjawaban sosial telah banyak dilakukan perusahaan dalam annual report masing-masing perusahaan. *Corporate Social Responsibility* merupakan inti dari etika dalam perusahaan. Pengungkapan CSR di Indonesia dalam perkembangan praktiknya mengalami peningkatan dengan adanya perhatian masyarakat global terhadap perusahaan-perusahaan baik yang transnasional maupun multinasional. (Putri & Yuyyeta. 2014)

Dalam dunia bisnis saat ini, tidak hanya berkembang mengenai konsep CG dan CSR. Namun dalam menjalankan kegiatan ekonomi telah berkembang sesuai dengan syariat Islam. *Corporate Social Responsibility* tidak hanya berkembang pada ekonomi konvensional, dengan berkembangnya ekonomi Islam maka CSR pun mulai berkembang pada ekonomi Islam. Konsep pada perusahaan konvensional dalam melakukan pengungkapan CSR tidak menggambarkan tanggungjawab sosial yang sesuai dengan syariat Islam. Menurut Putri & Yuyyeta. (2014) perusahaan-perusahaan yang semakin banyak menjalankan

kegiatan ekonomi yang menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam diharapkan mampu melakukan pertanggungjawaban sosial sesuai dengan syariat Islam.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan merupakan kewajiban sebagai bentuk tanggungjawab perusahaan kepada para *stakeholders* Putri & Yuyyeta. (2014). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam perkembangannya mendapat dukungan dari pemerintah, hal tersebut diwujudkan dengan dikeluarkannya Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 Pasal 74 mengenai laporan tahunan harus mencakup beberapa informasi yang salah satunya tentang pelaporan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan.

Berbeda dari pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, pengungkapan *Islamic Social Reporting* belum ada Undang-Undang yang mengatur dan belum ada standar baku, dalam pelaksanaannya *Islamic Social Responsibility* masih bersiwat sukarela (Jannah & Asrory, 2016). Belum adanya standar baku dan peraturan yang mengaturnya, maka pengungkapan *Islamic Social Reporting* antar perusahaan tidaklah sama. Konsep *Corporate Social Responsibility* yang berkembang pada perusahaan-perusahaan konvensional tidak sesuai dengan syariat Islam dalam pelaksanaannya. *Islamic Social Reporting* memiliki peran penting bagi kaum muslim untuk pengambilan keputusan (Othman *et al.* 2009).

Pada tahun 2002, Haniffa untuk pertama kali menggagas mengenai *Islamic Social Reporting* yang kemudian dilanjutkan oleh Othman pada tahun 2009. Penelitian mengenai *Islamic Social Reporting* terus berlanjut dan berkembang sampai saat ini oleh peneliti-peneliti selanjutnya (Khasanah& Yulianti, 2015).

Menurut Haniffa dalam Gustani (2013) dalam pelaporan mengenai tanggungjawab sosial yang dilakukan pada perusahaan konvensional masih memiliki banyak keterbatasan. Hal tersebut yang mendorong ia untuk mengemukakan *Islamic Social Reporting* yang sesuai dengan syariat Islam dengan indeks ISR.

Secara khusus indeks ISR merupakan perluasan dari pelaporan sosial yang memiliki peran lebih luas dari pelaporan sosial yang tidak hanya mengenai peran sebagai penggerak ekonomi namun juga memiliki peran dalam perspektif spiritual yang diharapkan oleh masyarakat (Khasanah & Yulianto, 2015). Selain itu indeks ISR juga menekankan pada keadilan sosial terkait pelaporan mengenai lingkungan, hak minoritas dan karyawan. Perkembangan indeks ISR di Indonesia masih sangat lambat dibandingkan dengan negara-negara Islam lainnya yang mengembangkan indeks ISR yang merupakan bagian pelaporan organisasi syariah. Meskipun Indonesia bukan merupakan negara Islam, namun kurang lebih 80% warga negaranya merupakan umat muslim.

Tidak sedikit yang mengharapkan bahwa sistem perekonomian di Indonesia dapat dijalankan sesuai dengan syariat Islam sehingga pengembangan indeks ISR ini perlu untuk ditingkatkan. Pengungkapan ISR ini merupakan salah satu hal yang penting untuk menunjukkan akuntabilitas dari suatu perusahaan kepada masyarakat. Perusahaan dalam melakukan pengungkapan ISR belum diungkapkan secara empiris yang mempengaruhi perusahaan. Meskipun telah banyak dilakukan studi mengenai pelaporan sosial yang diteliti, namun penelitian tersebut mengabaikan pentingnya *Islamic Social Reporting* (ISR) (Rama, 2012).

Beberapa penelitian terdahulu mengenai *Islamic Social Reporting (ISR)* antara lain, Assegaf dkk (2012), Khoirudin (2013), Putri & Yuyyeta (2014), Jannah & Asrori (2016) dan Asyhari (2016). Penelitian Khoirudin (2013) menemukan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* adalah ukuran Dewan Komisaris. Sementara itu, Assegaf dkk (2012) menemukan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi *Islamic Social Reporting* adalah managerial ownership. Asyhari (2016) menemukan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi *Islamic Social Reporting* adalah ukuran komite audit dan leverage. Penelitian ini memperkaya penelitian Asyhari (2016) untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Islamic Social Reporting* dengan mengganti objek penelitian pada perusahaan non keuangan di Indonesia dan Malaysia.

Penelitian ini akan mencoba menguji apakah variabel-variabel *Cross-directorship*, *Gender Diversity*, *Educational background*, *Audit Quality* dan *Audit Opinion*. *Cross-directorship* ialah dewan komisaris yang memangku dua atau lebih kedudukan di perusahaan yang berbeda. Dewan komisaris yang menjabat dua atau lebih jabatan di berbagai perusahaan dapat memiliki informasi yang lebih luas tentang perusahaan lain. Informasi tersebut dapat digunakan untuk meningkatkan pengungkapan ISR pada perusahaan. *Gender diversity* merupakan jumlah keberadaan wanita dalam jajaran dewan komisaris dan dewan direksi pada perusahaan. Dengan adanya wanita dalam dewan komisaris dan dewan direksi diharapkan dapat mendorong pengungkapan tanggung jawab sosial. *Educational background* merupakan pendidikan yang pernah ditempuh oleh dewan komisaris. Dewan komisaris yang memiliki latar belakang pendidikan ekonomi dan bisnis,

diharapkan dapat menjalankan bisnis dengan baik. Hal tersebut dapat mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan ISR. *Audit quality* dimaksudkan perusahaan dalam memilih auditor eksternal diantara KAP *bigfour* dan KAP *nonbig four*. Pengungkapan ISR apakah dapat dipengaruhi dengan kualitas audit yang dilakukan KAP *big four* maupun KAP *non big four*. *Audit opinion* yaitu asersi atau pernyataan yang diberikan auditor kepada perusahaan atas pemeriksaan pelaporan keuangan. Opini wajar tanpa pengecualian dapat dijadikan motivasi perusahaan untuk melakukan pengungkapan ISR.

Penelitian ini adalah kompilasi dari penelitian dari Ibrahim *et al* (2013), Assegaf dkk (2012), Rahindayati (2015), Hapsoro (2012). Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah membandingkan antara Indonesia dengan Malaysia. Berdasarkan latarbelakang dan studi terdahulu tentang *Islamic Social Reporting*, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perusahaan yang ada di Indonesia dan Malaysia pada tahun 2015. Dalam penelitian ini menggunakan indeks ISR yang mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Ibrahim *et al* (2013). Dengan penjelasan seperti diatas, penelitian ini dilakukan dengan judul “Pengaruh *Corporate Governance* Terhadap Pengungkapan *Islamic Social Reporting* Pada Perusahaan Non Keuangan (Studi Komparasi Indonesia dan Malaysia).

B. RUMUSAN MASALAH

Dari beberapa fenomena tersebut maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Cross-directorship* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*?
2. Apakah *Gender diversity* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*?
3. Apakah *Educational background* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*?
4. Apakah *Audit quality* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*?
5. Apakah *Audit Opinion* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting*?

C. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji dan menemukan bukti empiris yaitu:

1. Apakah *cross-directorship* berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan non keuangan.
2. Apakah *gender diversity* berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan non keuangan.
3. Apakah *educational background* berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan non keuangan.

4. Apakah *audit quality* berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan non keuangan.
5. Apakah *audit opinion* berpengaruh terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* pada perusahaan non keuangan.

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi yang berhubungan dengan materi *Islamic Social Reporting* (ISR) dan menambah pengetahuan mengenai pengaruh *cross-directorship*, *gender diversity*, *educational background*, *audit quality* dan *audit opinion* terhadap pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) sehingga dapat menambah kajian ilmu akuntansi yang berkaitan dengan pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR).

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan, dan dapat memberikan masukan serta informasi yang sesuai dengan kebutuhan bagi perusahaan dalam hal pengungkapan laporan tahunan.

3. Bagi Investor

Adanya peningkatan informasi mengenai perusahaan dapat memberikan pandangan baru kepada investor dalam menilai kinerja perusahaan. Oleh

karena itu, penelitian ini diharapkan dapat membantu investor pada saat melakukan keputusan investasi