

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ketersediaan energi adalah salah satu bagian terpenting ketika melakukan kegiatan sehari-hari. Hampir semua aspek dalam kehidupan seperti di rumah tangga membutuhkan energi untuk memasak, mendinginkan ruangan, mengoperasikan peralatan elektronik, penerangan dan lain sebagainya. Di sektor industri yang berskala besar membutuhkan energi untuk transportasi dan mengoperasikan mesin produksi. Sehingga dapat dikategorikan bahwa energi menjadi hal yang penting bagi setiap individu untuk memenuhi kebutuhan pokoknya.

Sektor energi adalah sektor yang berperan penting terhadap peningkatan perekonomian pada suatu negara. Sektor energi juga berkontribusi besar pada peningkatan perekonomian di Indonesia, yang mana dalam hal ini sektor energi turut ikut serta dalam penyediaan lapangan pekerjaan secara langsung ataupun tidak langsung, serta penyumbang pendapatan negara dari pajak dan ekspor yang dilakukan suatu perusahaan sektor energi.

Sektor energi berpengaruh besar dalam pertumbuhan ekonomi serta peningkatan produksi perusahaan. Hal ini dipengaruhi oleh proses produksi, yang mana di dalam proses produksi tersebut suatu perusahaan membutuhkan dukungan pasokan energi dalam pelaksanaan produksi baik barang maupun jasa.

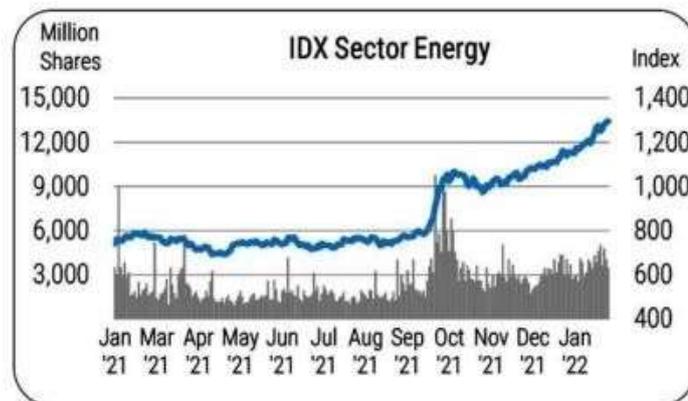
Berdasarkan hal tersebut maka peningkatan ekonomi akan selalu dikaitkan dengan peningkatan penggunaan energi.¹

Sektor energi adalah segala bentuk usaha yang menyediakan energi yang mencakup eksplorasi, ekstraksi, transformasi hingga distribusi, baik sumber daya energi terbarukan maupun yang tidak terbarukan. Produk global seperti energi, minyak, gas alam dan batubara memengaruhi secara langsung perolehan keuntungan. Pengelolaan sektor energi dalam jangka panjang harus dilakukan secara terintegrasi dengan pengembangan sumber daya energi. Langkah ini perlu dilakukan dengan tujuan untuk menjamin ketersediaan energi yang ramah lingkungan dan juga berkelanjutan.

Sektor energi pada Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan sektor yang paling aktif dalam hal transaksi, volume, dan nilainya. BEI adalah bursa saham yang beroperasi di Indonesia dan menyediakan akses terhadap data keuangan, laporan tahunan, dan informasi terkait perusahaan yang ada dan terdaftar pada bursa saham. Perusahaan dibawah naungan BEI tunduk serta patuh dengan regulasi dan kebijakan publik di Indonesia.

¹ Iqlima Ansori dan Mia Laksmiwati, "Pengaruh Return On Asset, Debt to Equity Ratio, Current Ratio dan TotalAsset Turnover Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 – 2022)" 1, no. 4 (2018), hlm. 184.

Gambar 1
Pergerakan Index Saham Sektor Energi Tahun 2021



Sumber: IDX Monthly Statistic January 2022

Berdasarkan Grafik 1, sektor energi di BEI mengalami pergerakan yang dinamis pada awal tahun 2021, dengan kenaikan yang signifikan pada bulan Oktober. Peningkatan ini terus berlanjut hingga awal tahun 2022. Peningkatan ini disebabkan oleh kemampuan perusahaan-perusahaan di sektor energi dalam menghadapi wabah pandemi COVID-19. Peningkatan tersebut dapat dilihat dari pergerakan sektor energi per Oktober 2021 yang berada di kisaran 1.000-1.200 bps.

Peningkatan harga saham pada sektor energi merupakan salah satu bentuk indikator untuk menunjukkan reputasi suatu perusahaan. Para praktisi dan akademisi dari *corporate communication* sepakat bahwa reputasi merupakan konsep penting bagi suatu lembaga perusahaan. Suatu perusahaan yang memiliki reputasi baik dapat membantu dalam membangun, meningkatkan serta memelihara eksistensi perusahaan dikalangan publik. Sedangkan menurut Weiss

et al., reputasi adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan yang didasarkan pada prestasi perusahaan di masa lalu.²

Salah satu aset berharga yang dapat memengaruhi kinerja perusahaan adalah reputasi perusahaan. Perusahaan dengan reputasi baik akan lebih dipercaya dan menarik bagi *stakeholder*, sehingga perusahaan dapat lebih mudah untuk mendapatkan sumber daya yang dibutuhkan, seperti modal, pelanggan, dan karyawan. Hal ini dapat meningkatkan kinerja perusahaan dari segi keuangan, seperti peningkatan penjualan dan laba, serta dari segi non-keuangan, seperti peningkatan kepuasan pelanggan dan karyawan.³

Reputasi yang baik di kalangan publik memiliki nilai berkepanjangan bagi suatu perusahaan seperti membawa kepercayaan terhadap suatu brand hingga berkembangnya suatu perusahaan. Cara yang berguna dalam menilai Reputasi perusahaan ialah rasio *Market to Book* (MtB). Rasio MtB sendiri adalah rasio yang berguna dalam menentukan nilai pasar saham pada suatu perusahaan dibandingkan melalui nilai buku (atau ekuitas) perusahaan tersebut. Reputasi perusahaan yang baik dapat meningkatkan rasio MtB. Hal ini dikarenakan perusahaan mempunyai reputasi yang baik dan jauh lebih dipercaya oleh para pemegang saham dan juga investor. sehingga mereka bersedia untuk membayar harga saham yang lebih tinggi.

Rasio MtB yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan investor. Hal ini karena rasio MtB yang tinggi memberikan hasil bahwa perusahaan tersebut

² Neneng Fajriah, "Pengaruh Promosi, Reputasi, Dan Lokasi Strategis Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Mandiri Kcp Tangerang Bintaro Sector III", (Skripsi: Jakarta, 2013), hlm 20

³ Laurentius Christian Oktavianus dkk., "Kinerja Keuangan Dan Reputasi Perusahaan: Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia," *Krisna: Kumpulan Riset Akuntansi* 13, no. 2 (13 Januari 2022): hlm. 21, <https://doi.org/10.22225/kr.13.2.2022.218-227>.

memiliki nilai tinggi pula di pasar. Kepercayaan investor yang tinggi dalam jangka panjang dapat menguntungkan perusahaan. Hal tersebut disebabkan karena kepercayaan investor dapat meningkatkan penjualan, keuntungan, dan pertumbuhan perusahaan. Dengan demikian, penggunaan rasio MtB dalam mengukur reputasi suatu perusahaan dapat menjelaskan sejauh mana perusahaan dinilai oleh investor.⁴

Reputasi perusahaan yang baik dapat diraih dengan memperhatikan faktor-faktor yang terkait dengan kredibilitas (*credibility*), keandalan (*reliability*), kepercayaan (*trustworthiness*), dan tanggung jawab (*responsibility*). Beberapa faktor yang mempengaruhi reputasi perusahaan yang salah satunya ialah CSR. CSR (*Corporate Social Responsibility*) atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah kewajiban perusahaan untuk merumuskan dan melaksanakan kebijakan yang memberikan manfaat kepada masyarakat banyak. CSR dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan citra masyarakat dan reputasi perusahaan.⁵

Strategi komunikasi CSR yang baik dapat membantu perusahaan untuk membangun reputasi yang positif. Strategi komunikasi CSR adalah bentuk usaha perusahaan dalam menyampaikan informasi program CSR kepada masyarakat umum. Brammer dalam penelitiannya di Amerika Serikat menemukan bahwa 65% masyarakat umum akan menyarankan produk dari perusahaan tersebut yang dengan baik mengelola CSR. Penelitian ini menyatakan bahwa tindakan CSR dapat meningkatkan reputasi perusahaan di pandangan masyarakat.

⁴ Ang Kezia Christabel, Daniella Britney, dan Saerce Elsy Hatane, "Pengaruh Profitabilitas dan Reputasi Perusahaan terhadap Intellectual Capital Disclosure pada Industri Pariwisata di Indonesia," hlm. 4.

⁵ Puspita, M.E., "Corporate social responsibility :Implikasi stakeholder Dan Legitimacy Gap Dalam Peningkatan". Vol 2 No.1, 2015 , hlm. 89–109.

Hill and Knowlton's Corporate Reputation Watch, survei menemukan bahwa 93% *senior executive* percaya bahwa reputasi perusahaan sangat penting bagi pelanggan. Selain itu, 79% *senior executive* percaya bahwa reputasi perusahaan juga penting bagi investor dan pemegang saham. Berdasarkan penelitian tersebut, disimpulkan bahwa strategi komunikasi CSR yang baik dapat membantu perusahaan untuk membangun reputasi yang positif di mata masyarakat, pelanggan, investor, dan pemegang saham.⁶

CSR adalah komitmen suatu perusahaan untuk berkontribusi terhadap lingkungan dan masyarakat. Pemerintah Indonesia telah lama mendorong penerapan CSR di Indonesia, salah satunya dengan diterbitkannya Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.⁷ Penerapan CSR di Indonesia memiliki berbagai manfaat, seperti meningkatkan reputasi, kepercayaan *stakeholder*, kinerja perusahaan, dan kepedulian sosial masyarakat.

Pada perusahaan konvensional, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengacu pada *Global Reporting Initiative* (GRI). Namun, dianggap tidak sesuai untuk menggunakan GRI sebagai standar pengungkapan CSR untuk perusahaan berprinsip syariah. Oleh karena itu, diperlukan suatu alat ukur yang dapat menilai apakah itu sesuai dengan prinsip syariah. Keterbatasan pelaporan pertanggungjawaban sosial konvensional membuat kerangka konseptual pelaporan pertanggungjawaban sosial Islam dibuat. Ini akan

⁶ Damayanti Syahriani dan Mahmudi Siwi, "Hubungan Komunikasi Corporate Social Responsibility Dengan Reputasi Perusahaan" Vol. 16, no. 1, 2018, hlm. 56.

⁷ Peraturan Pemerintah Nomor. 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas

membantu orang muslim dan perusahaan internal dalam memenuhi kewajibannya terhadap Allah SWT, lingkungan, dan masyarakat.

Konsep CSR yang dikembangkan untuk memenuhi prinsip-prinsip Islam dinamakan *Islamic Social Reporting* (ISR). ISR merupakan ukuran yang komprehensif untuk mengukur pengungkapan CSR perusahaan. Indeks ini mencakup berbagai dimensi CSR, mulai dari hak asasi manusia, tata kelola perusahaan, lingkungan, tenaga kerja, hingga pengembangan masyarakat. ISR relevan dengan konteks penelitian ini. Penelitian ini dilaksanakan di Indonesia, sebab negara Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk muslim terbanyak di dunia. Oleh karena itu, pengungkapan CSR berdasarkan prinsip-prinsip Islam (ISR) memiliki relevansi yang tinggi dengan konteks penelitian ini.

Indeks ISR adalah instrumen yang digunakan untuk mengukur tingkat pelaksanaan perusahaan dalam hal kinerja sosial yang berbasis syariah. *Accounting and Auditing of Islamic Financial Institutions* (AAOIFI) adalah lembaga internasional Islam non-profit yang bekerja di bidang keuangan seperti akuntansi, audit, tata kelola, etika, dan standar syariah untuk lembaga keuangan Islam dan industri. ISR telah disesuaikan dengan standar AAOIFI dalam pengungkapan tanggung jawab sosial.

Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) adalah laporan kinerja sosial yang dibuat oleh lembaga atau institusi yang menjalankan bisnis dengan prinsip syariah. Laporan ini dilaporkan dalam laporan tahunan. Di dalam pengungkapan *Islamic Social Reporting* telah dibahas hal-hal yang berkaitan dengan prinsip islam seperti zakat, status kepatuhan syariah (*sharia compliance*), dan transaksi yang sudah bebas dari riba dan gharar. Diungkapkan juga aspek sosial seperti

sedekah, waqaf, dan qardhul hasal, serta pengungkapan peribadahan di lingkungan bisnis.⁸

ISR dan ICSR merupakan dua konsep pertanggungjawaban sosial suatu perusahaan berbeda, meskipun keduanya berlandaskan pada nilai-nilai Islam. ISR adalah indeks yang mengukur tingkat pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan yang sesuai berdasarkan prinsip islami, tujuan ISR ialah meningkatkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. ICSR adalah konsep pertanggungjawaban sosial perusahaan yang lebih luas, yang mencakup semua aspek pertanggungjawaban sosial, tidak hanya pengungkapannya. Tujuan ICSR adalah untuk meningkatkan kemakmuran masyarakat dan lingkungan sesuai berdasarkan nilai-nilai Islami.⁹

Perusahaan dapat menunjukkan kepedulian sosial dan lingkungan dengan meningkatkan citra dan reputasi perusahaan melalui pengungkapan ISR. Berdasarkan Syairozi, pengungkapan ISR tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan, tetapi juga bagi masyarakat, karena dapat meningkatkan citra baik perusahaan di lingkungan sekitarnya. Hal ini terjadi karena pengungkapan ISR dapat menunjukkan bahwa perusahaan peduli terhadap masyarakat di lingkungan sekitarnya.

Kalimantan Selatan merupakan salah satu wilayah penting sektor industri pertambangan batu bara. Majunya industri ini telah mendorong pertumbuhan jumlah perusahaan swasta yang mengeksplorasi dan menambang batu bara di

⁸ Rimi Gusliana Mais dan Tuti Alawiyah, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Pengungkapan Islamic Social Reporting(ISR) Pada Perbankan Syariah Di Indonesia Tahun 2015-2018", *Jurnal STEI Ekonomi*, Vol. 29 No.2, 2020, hlm 59.

⁹ Muhammad Fathur Rozzi dan Qi Mangku Bahjatullah, "Analisis Determinan Pelaporan Islamic Social Reporting (ISR) Pada Bank Umum Syariah Indonesia Tahun 2015-2019 ," hlm. 14.

wilayah tersebut. Beberapa perusahaan pertambangan yang beroperasi di Kalimantan Selatan antara lain PT. Adaro Indonesia, PT Arutmin Indonesia, dan PT Bantala Coal Mining. Berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kalsel, terdapat 60% nilai ekspor nonmigas Kalsel atau sekitar US\$1,5 miliar per tahun bersumber dari bidang ekspor pertambangan batu bara. Hal ini menunjukkan bahwa pertambangan batu bara merupakan sektor yang penting bagi perekonomian Kalimantan Selatan.¹⁰

Peningkatan aktivitas pertambangan batu bara di Kalimantan Selatan telah berdampak negatif terhadap lingkungan. Hal ini disebabkan oleh tidak adanya pengelolaan *tailing* bekas tambang dan penggalan bekas tambang batu bara yang baik. Dampak negatif aktivitas pertambangan batu bara terhadap lingkungan ini dapat dilihat dari kerusakan ekosistem di Kalimantan Selatan. Kerusakan ekosistem ini dapat menyebabkan berbagai masalah, seperti banjir, kekeringan, dan penurunan kualitas udara.

Dikutip dari WALHI atau wahana lingkungan hidup Indonesia, aktivitas PT Adaro Indonesia di Kalimantan Selatan diduga telah menyebabkan dampak negatif terhadap lingkungan bahkan bencana alam. Di Kalimantan Selatan pada tahun 2021 telah terjadi banjir besar yang mengakibatkan 24 orang meninggal dunia dan sekitar 113.000 orang mengungsi, diduga kuat terkait dengan aktivitas pertambangan batubara Adaro.¹¹

¹⁰ Ahmad Habibi, "Pencemaran Lingkungan Akibat Tambang Batu Bara di Desa Serongga Kabupaten Kotabaru," Seri Publikasi Pembelajaran Vol. 1 No. 1, 2022, hlm. 2.

¹¹ Nabilla Gunawan, "Aktivis Iklim Mendesak Adaro dan Investor Untuk Tinggalkan Batu Bara Sekarang!", walhikalsel, April 28, 2022, <https://walhikalsel.or.id/aktivis-iklim-mendesak-adaro-dan-investor-untuk-tinggalkan-batu-bara-sekarang/> (Diakses pada 14 Januari 2024 pukul 22.42)

Tabel 1.1
Kinerja Saham PT Adaro Energy Indonesia Tbk (ADRO)
Tahun 2020-2022

Tahun	Harga Awal (Rp)	Harga Akhir (Rp)	Perubahan (%)
2020	1.300	1.800	38,46%
2021	1.800	2.000	11,11%
2022	2.000	3.980	99%

Berdasarkan tabel di atas, PT Adaro Energy Indonesia Tbk (ADRO) mengalami kenaikan harga saham yang signifikan selama tahun 2020-2022. Harga saham ADRO pada awal tahun 2020 adalah Rp1.300 per saham. Pada akhir tahun 2020, harga saham ADRO meningkat menjadi Rp1.800 per saham, atau naik sebesar 38,46%. Pada tahun 2021, harga saham ADRO kembali meningkat menjadi Rp2.000 per saham, atau naik sebesar 11,11%. Pada tahun 2022, harga saham ADRO mengalami kenaikan yang signifikan menjadi Rp3.980 per saham, atau naik sebesar 99%.

Kenaikan harga saham ADRO ini berdampak positif bagi perusahaan. Perusahaan berhasil meningkatkan pendapatan dan laba bersihnya. Pada tahun 2022, pendapatan perusahaan mencapai Rp126,6 triliun, atau meningkat 63,3% dari tahun sebelumnya. Laba bersih perusahaan juga mencapai Rp2,49 miliar, atau meningkat 167,07% dari tahun sebelumnya.

Pada tahun 2022, peristiwa serupa juga terjadi dengan PT Cita Mineral Investindo Tbk. Instalasi pengolahan limbah tailing bauksit. PT. Cita Mineral Investindo Tbk hancur, sehingga limbah tambang bauksit bercampur langsung dengan tanah atau aliran sungai di sekitar lokasi penambangan. Limbah tambang bauksit mengandung zat berbahaya yang dapat membahayakan lingkungan dan

dapat mencemari air dan tanah serta mengganggu keseimbangan ekosistem. Baku mutu air dan unsur hara tanah akan sulit untuk dipulihkan seperti sedia kala.¹²

Tabel 1.2
Kinerja Saham PT Cita Mineral Investindo Tbk (CITA)
Tahun 2020-2022

Tahun	Harga Awal (Rp)	Harga Akhir (Rp)	Perubahan (%)
2020	1.600	1.800	12,5%
2021	1.800	2.200	22,22%
2022	2.200	2.700	23,80%

Berdasarkan tabel di atas, diketahui harga saham PT Cita Mineral Investindo Tbk (CITA) mengalami kenaikan cukup signifikan selama tahun 2020-2022. Harga saham CITA pada awal tahun 2020 adalah Rp1.600 per saham. Pada akhir tahun 2020, harga saham CITA meningkat menjadi Rp1.800 per saham, atau naik sebesar 12,5%. Pada tahun 2021, harga saham CITA kembali meningkat menjadi Rp2.200 per saham, atau naik sebesar 22,22%. Pada tahun 2022, harga saham CITA kembali mengalami kenaikan menjadi Rp2.700 per saham, atau naik sebesar 23,80%.

Kenaikan harga saham CITA ini berdampak positif bagi perusahaan. Perusahaan berhasil meningkatkan pendapatan dan laba bersihnya. Pada tahun 2022, pendapatan perusahaan mencapai Rp4,58 triliun, atau meningkat 5,52% dari tahun sebelumnya. Laba bersih perusahaan juga mencapai Rp205 miliar, atau meningkat 52,27% dari tahun sebelumnya.

¹² Dina Mariana, "Lumpur Bauksit Tumpah ke Kebun Sawit, Warga Sandai Akan Polisikan Perusahaan", konten media partner, Mei 20, 2022, <https://kumparan.com/hipontianak/lumpur-bauksit-tumpah-ke-kebun-sawit-warga-sandai-akan-polisikan-perusahaan-1y7Ex57zbNd/2> (Diakses pada 15 Januari 2024 pukul 14.39)

Hal ini bertolak belakang dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan berusaha untuk diterima oleh masyarakat dengan menunjukkan bahwa mereka berperilaku menyesuaikan norma-norma serta nilai yang berlaku. Langkah untuk melakukan hal ini adalah dengan mengungkapkan informasi yang relevan, termasuk informasi tentang kinerja lingkungan perusahaan.

Namun, PT Adaro dan PT CITA dilaporkan telah melakukan pencemaran lingkungan pada tahun 2020–2022. Meskipun kedua perusahaan tersebut dikenal telah melakukan pencemaran lingkungan, kinerja saham mereka justru meningkat dari tahun 2020 hingga 2022, meskipun pencemaran lingkungan ini jelas bertentangan dengan prinsip dan standar lingkungan yang berlaku di masyarakat. Hal tersebut menunjukkan bahwasannya pengungkapan ISR tidak selalu berpengaruh baik terhadap reputasi perusahaan.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Trian dan Fakhruddin menyatakan indeks *Islamic Social Reporting* (ISR) menunjukkan kemampuannya dalam berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR perusahaan, maka semakin baik pula kinerja keuangan perusahaan tersebut.¹³

Berbeda dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Siti Khotimah yang menyatakan bahwa *Islamic Social Reporting* (ISR) tidak berpengaruh terhadap citra atau reputasi suatu perusahaan. Hal tersebut dikarenakan masyarakat sekitar kurang memahami mengenai *Islamic Social Reporting* (ISR) serta kurangnya pengawasan terhadap praktik penerapan *Islamic Social Reporting*

¹³ Trian Fisman Adisaputra dan Fakhruddin Kurnia, “Pengaruh Islamic Social Reporting (ISR) terhadap Kinerja Keuangan pada Bank Umum Syariah di Indonesia,” *Journal of Management (YUME)*, Vol.4 No.1, 2021 hlm.74.

(ISR) oleh otoritas terkait hal tersebut menyebabkan perusahaan beranggapan bahwa tidak perlu menerapkan ISR secara serius.¹⁴

Kedua penelitian menunjukkan hasil yang bertentangan tentang bagaimana pengungkapan ISR mempengaruhi reputasi perusahaan. Penelitian Trian dan Fakhruddin tahun 2021 menemukan bahwa pengungkapan ISR positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan, sedangkan penelitian Siti Khotimah tahun 2022 menemukan bahwa pengungkapan ISR tidak mempengaruhi reputasi perusahaan.

Dari fenomena tersebut serta perbedaan hasil penelitian terdahulu menimbulkan ketertarikan peneliti dalam melakukan penelitian ini yang berjudul **“Pengaruh *Islamic Social Reporting* (ISR) Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Energi Yang Terdaftar di BEI Periode 2020-2022)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang penelitian di atas, maka peneliti menetapkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah *Islamic Social Reporting* (ISR) pada perusahaan Sektor Energi di BEI Periode 2020-2022?
2. Bagaimanakah Reputasi Perusahaan Sektor Energi di BEI Periode 2020-2022?
3. Bagaimanakah pengaruh *Islamic Social Reporting* (ISR) terhadap Reputasi Perusahaan Sektor Energi di BEI Periode 2020-2022?

¹⁴ Khotimah, Siti, M. Nurul Huda dan Arif Setiawan, “Pengaruh *Islamic Social Reporting* (ISR) Terhadap Citra Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021)”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBIS)*, Vol.6, No. 2, 2022, hlm. 149-162.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka peneliti ingin mencapai tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui *Islamic Social Reporting* (ISR) pada perusahaan Sektor Energi di BEI periode 2020-2022.
2. Untuk mengetahui reputasi perusahaan Sektor Energi periode 2020-2022.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Islamic Social Reporting* (ISR) terhadap reputasi perusahaan Sektor Energi di BEI Periode 2020-2022.

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan bahwa penelitian ini akan membantu banyak pihak dari perspektif teoritis dan praktisi.

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat membantu mengembangkan ilmu pengetahuan tentang akuntansi syariah untuk bisnis yang sudah *go public*, terutama dengan kaitannya dengan meningkatkan reputasi bisnis melalui *Islamic Social Reporting* (ISR).

2. Manfaat Praktisi

a. Bagi Penulis

Studi ini dilakukan sebagai tugas penelitian yang diberikan kepada mahasiswa Akuntansi Syariah Program S-1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri Kediri. Selain itu, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang cara pelaporan sosial Islam (ISR) mempengaruhi reputasi bisnis.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat membantu penelitian mendatang. Selain itu, diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang reputasi perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dengan cara ini, para pembaca akan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang karya ilmiah tentang pasar modal.

c. Bagi Perusahaan

Didasarkan pada prinsip-prinsip Islam, penelitian ini mengevaluasi pentingnya suatu perusahaan untuk terus meningkatkan kepedulian lingkungan sosial sesuai dengan prinsip-prinsip islam, karena dapat menguntungkan reputasi perusahaan.

d. Bagi Masyarakat Umum

Secara umum, penelitian ini diharapkan menambah informasi serta wawasan masyarakat luas dalam memperhitungkan aspek-aspek yang diperlukan ketika akan berinvestasi kepada perusahaan yang tepat.

E. Penelitian Terdahulu

Pada tahap awal penelitian, peneliti memeriksa skripsi untuk mengidentifikasi perbedaan serta persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini. Hal ini untuk memastikan bahwa penelitian ini tetap originalitas. Dengan demikian, peneliti menyampaikan temuan penelitian sebelumnya sebagai berikut:

1. *Pengaruh Pengungkapan ISR terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di JII Periode 2015-2019)* oleh Ema Nur

Afifa,(2021) mahasiswa IAIN Kediri.¹⁵ Penelitian ini bertujuan untuk menentukan bagaimana pengungkapan informasi sosial Islam (ISR) mempengaruhi perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) dan apakah dampak ISR terhadap nilai perusahaan dari tahun 2015 hingga 2019.

Persamaan penelitian ini yaitu memiliki fokus penelitian yang serupa yaitu pada pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) pada suatu perusahaan, sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel dependen, objek penelitian, serta periode penelitian.

2. *Pengaruh Islamic Social Reporting (ISR) Terhadap Reputasi Dan Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah Diindonesia Tahun 2015-2020* oleh Sekar Dewi Kumalasari, (2022) mahasiswi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.¹⁶ Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana dampak laporan sosial Islam terhadap kinerja keuangan serta reputasi bank umum Syariah, karena pertumbuhan perbankan syariah terlihat stagnan sedangkan populasi muslim di Indonesia adalah terbesar di dunia.

Persamaan penelitian ini yaitu terletak pada fokus penelitiannya yaitu mengenai pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) terhadap reputasi perusahaan. Adapun perbedaannya yaitu terletak pada objek penelitiannya, periode dan bagaimana menghitung suatu reputasi perusahaan.

¹⁵ Ema Nur Afifa, "Pengaruh Pengungkapan ISR terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di JII Periode 2015-2019)", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2021)

¹⁶ Sekar Dewi Kumalasari, "Pengaruh Islamic Social Reporting (ISR) Terhadap Reputasi Dan Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah Diindonesia Tahun 2015-2020", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2022)

3. *Pengaruh Pengungkapan Islamic Corporate Social Responsibility Dan Islamicity Performance Index Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Empiris Pada Bank Syariah Di Indonesia)* oleh Puspa Ananda Meylasari, (2021) mahasiswi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.¹⁷ Tujuan dari penelitian ini yaitu menentukan bagaimana pertanggungjawaban sosial perusahaan berdampak pada reputasi bank syariah.

Persamaan penelitian ini yaitu mengenai pengukuran *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) menggunakan indeks pengungkapan ISR yang tujuannya untuk mengukur suatu reputasi perusahaan. Sedangkan perbedaannya yaitu objek penelitiannya yang mana penelitian terdahulu pada bank syariah di Indonesia sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor energi pada Bursa Efek Indonesia.

4. *Pengaruh Program Islamic Social Reporting (ISR) Terhadap Citra Perusahaan Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Pada BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung)* oleh Kurnia Sandy, (2019) Mahasiswi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.¹⁸ Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan bukti empiris tentang dua aspek. Pertama, bagaimana program *Islamic Social Reporting* (ISR) mempengaruhi citra atau reputasi BTM Bina Masyarakat. Kedua, bagaimana perspektif ekonomi islam mempengaruhi ISR.

¹⁷ Puspa Ananda Meylasari, "Pengaruh Pengungkapan Islamic Corporate Social Responsibility Dan Islamicity Performance Index Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Empiris Pada Bank Syariah Di Indonesia) ", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, 2021)

¹⁸ Kurnia Sandy, "Pengaruh Program Islamic Social Reporting (ISR) Terhadap Citra Perusahaan Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Pada BTM Bina Masyarakat Utama Cab. Bandar Lampung)", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019)

Perbedaan antara kedua penelitian ini yaitu terletak pada tinjauan yang dilakukan pada objek penelitian yang mana penelitian terdahulu pada BTM Bina Masyarakat dan penelitian ini yaitu perusahaan sektor energi pada Bursa Efek Indonesia. Persamaan penelitian ini yakni sama-sama mengungkapkan *Islamic Social Reporting* (ISR) dan bagaimana dampaknya terhadap reputasi suatu perusahaan.

5. *Pengaruh pengungkapan Islamic Social Reporting dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empirirs Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index Periode 2018-2020)* oleh Riska Tri Handayani, (2022) mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang.¹⁹ Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana variabel *Islamic Social Reporting*, Profitabilitas ROA, dan Profitabilitas ROE berdampak pada nilai perusahaan yang diprosikan dengan *Price Book Value* (PVB).

Perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian terdahulu yaitu terletak pada objek penelitian, periode penelitian dan nilai perusahaan yang dihitung menggunakan *Price Book Value* (PVB) sedangkan pada penelitian saat ini menggunakan rasio *Market to Book* (MtB). Persamaan antara kedua penelitian ini yakni sama-sama mengungkapkan *Islamic Social Reporting* (ISR) suatu perusahaan.

¹⁹ Riska Tri Handayani, "Pengaruh pengungkapan Islamic Social Reporting dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empirirs Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index Periode 2018-2020)", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2022)

F. Definisi Operasional

Operasional adalah arahan untuk mengukur variabel yang membuat penelitian lebih mudah dipahami. Sugiyono mendefinisikan variabel penelitian sebagai atribut atau sifat objek penelitian yang menunjukkan perbedaan atau variasi tertentu. Peneliti memilih variabel penelitian untuk dipelajari dan kemudian membuat kesimpulan.²⁰ Dari judul penelitian di atas, terdapat dua variabel penelitian yang di klasifikasikan menjadi variabel *dependen* (variabel terikat) dan variabel *independent* (variabel bebas). Adapun masing-masing variabel tersebut adalah:

1. Variabel *Independen* (X)

Islamic Social Reporting (ISR) adalah variabel independen dalam penelitian ini. Menurut Othman et al., ISR adalah standar yang digunakan untuk mengukur kinerja sosial perusahaan yang berbasis pada prinsip-prinsip Islam. ISR terdiri dari kumpulan item-item standar CSR yang lebih terperinci, yang disesuaikan dengan nilai-nilai Islam. Rumus untuk mengukur *Islamic Social Reporting* (ISR) adalah :

$$\text{Islamic Social Reporting (ISR)} = \frac{\text{Jumlah item ISR yang terpenuhi}}{\text{Total item ISR}} \times 100\%$$

²⁰ Sugiono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D”, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 13

2. Variabel *Dependen* (Y)

Dalam penelitian ini, reputasi perusahaan digunakan sebagai variabel *dependen*. Downling mengatakan bahwa bisnis adalah hasil dari penilaian masyarakat terhadap perusahaan. Penilaian ini dapat berupa pendapat, persepsi, atau kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Reputasi bisnis dihitung dengan rasio *Market to Book* (MtB) menggunakan rumus berikut:

$$\text{Market to Book} = \frac{\text{Nilai buku ekuitas}}{\text{Nilai pasar ekuitas}}$$