

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan perusahaan yang semakin pesat menimbulkan dampak bagi lingkungan sekitar berdirinya perusahaan. Dampak dari berdirinya perusahaan tersebut terbagi menjadi dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif perusahaan bagi lingkungan sekitarnya dapat dilihat dari tersedianya lapangan pekerjaan dan pemenuhan akan kebutuhan masyarakat. Disisi lainnya terdapat dampak negatif dari berdirinya perusahaan di tengah-tengah lingkungan masyarakat, misalnya eksploitasi sumber daya dan rusaknya lingkungan di sekitar operasi perusahaan.

Perusahaan manufaktur mempunyai peranan yang besar dalam masalah masalah polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Hal ini dikarenakan perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang banyak berhubungan atau bersinggungan langsung dengan masyarakat. Perusahaan manufaktur dalam melaksanakan kegiatan usahanya mau tidak mau akan menghasilkan limbah yang berdampak pada masalah pencemaran lingkungan. Proses produksi yang dilakukan perusahaan manufaktur juga erat kaitannya dengan tenaga kerja yang dalam hal ini akan menimbulkan masalah keselamatan kerja. Selain itu perusahaan manufaktur memasarkan produknya ketengah konsumen sehingga isu masalah keselamatan dan keamanan produk merupakan hal yang penting diungkapkan kepada masyarakat. Hal-hal ini lah yang membedakan perusahaan manufaktur dari perusahaan lainnya misalnya perbankan atau perusahaan jasa

lainnya dan hal ini menjadi alasan yang kuat untuk dilakukannya penelitian-penelitian tentang pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan manufaktur.

Dua tujuan berdirinya perusahaan yakni; untuk memaksimalkan laba dan juga tujuan sosial. Sering kali perusahaan semakin berfokus pada pencarian keuntungan dan mengabaikan tujuan sosial perusahaan, tanpa mempertimbangkan dampak yang muncul dari kegiatan usaha yang dilakukan yang mengabaikan kewajiban-kewajiban pada pemangku kepentingan (*stakeholders*).

Tujuan perusahaan untuk memaksimalkan kesejahteraan para pemegang saham tidak berarti bahwa pihak manajemen harus mengabaikan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate social responsibility*), seperti melindungi pelanggan, membayar gaji yang wajar kepada para pegawai, mempertahankan praktik perekrutan pegawai yang adil dan kondisi kerja yang aman, membantu pendidikan, serta terlibat dalam berbagai isu lingkungan dan udara bersih. Pemikiran yang melandasi *Corporate social responsibility* atau tanggungjawab sosial perusahaan ini adalah bahwa perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab kepada para pemegang saham (*shareholder*) tetapi juga memiliki tanggung jawab kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) (Tampubolon, 2015).

Corporate social responsibility (CSR) merupakan suatu tanggung jawab yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan para *stakeholder* baik internal maupun eksternal. Pemangku kepentingan (*stakeholder*) ini meliputi kreditur, pegawai, pelanggan, pemasok dan masyarakat disekitar tempat perusahaan beroperasi, serta pihak-pihak lainnya (Horne dan John: 2012).

Secara umum gerakan CSR ada tiga motif seperti yang diungkapkan Baron (2003) dalam Anggusti (2010), berikut ini

“the motive for strategic CSR is to increase the profits of the firm in the absence of an external threat. A second motive for CSR is to reduce threats to the firm from its non market environment, as from activists and governments. The third motive is moral, the firm respond to the needs of others without a compensating profit”.

Jika perusahaan melaksanakan CSR, maka perusahaan tersebut mempunyai motif untuk meningkatkan keuntungan. Motif yang kedua, perusahaan melaksanakan CSR, untuk mengurangi ancaman atau tekanan dari pemerintah atau aktivis LSM. Motif yang ketiga adalah karena kesadaran moral, tanpa pamrih untuk mendapatkan keuntungan finansial, perusahaan secara sadar merespon kebutuhan akan pentingnya perhatian pada lingkungan. Ketiga motif di atas, dapat diketahui bahwa gerakan yang dilakukan perusahaan sebenarnya apakah bersifat strategis atau etis.

Masyarakat sekitar perusahaan merupakan salah satu *stakeholder* penting bagi perusahaan. Keberlanjutan sebuah perusahaan akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup masyarakat sekitarnya. Karena dukungan masyarakat sekitar sangat diperlukan bagi keberadaan kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan sehingga perusahaan perlu berkomitmen untuk memberi manfaat yang sebesar-besarnya kepada masyarakat. Hal ini menjadi perhatian utama yang terus berkembang dalam upaya-upaya tanggung jawab sosial (*corporate sosial responsibility*).

Setiap perusahaan di Indonesia diwajibkan untuk melakukan CSR karena hal ini telah diatur dalam Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 tentang

perseroan terbatas yang menjalankan usahanya dibidang dan/berkaitan dengan sumberdaya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (Laksmitaningrum, Purwanto 2003). Hal ini mendorong setiap perusahaan agar melaksanakan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility-CSR*) perusahaan dan melakukan pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan untuk mentaati peraturan yang ada. Pengungkapan CSR adalah satu media yang dipakai untuk menunjukkan kepedulian perusahaan kepada masyarakat dan lingkungannya (Tampubolon, 2015).

Di Indonesia sendiri pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan masih terkesan hanya memenuhi tuntutan undang-undang. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang dilaksanakan Karina (2013) berdasarkan *checklist* yang digunakan dalam penelitian tersebut menemukan bahwa setiap perusahaan hanya memenuhi 4-15 item *checklist*. Sedangkan perusahaan manufaktur memiliki resiko untuk melakukan pencemaran lebih tinggi karena limbah yang dihasilkan sangat berbahaya apabila tidak di olah dengan benar.

Penelitian mengenai *corporate social responsibility-CSR* sebelumnya telah banyak dilakukan dimana dalam hasil penelitian tersebut ditemukan hasil yang berbeda. Penelitian yang dilakukan Juliana (2011) menunjukkan bahwa *size*, umur perusahaan, dan ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR sedangkan ukuran dewan komisaris dan leverage memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Nursiam dan Rina (2013) dalam

penelitiannya menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Sedangkan profitabilitas, umur perusahaan, dan likuiditas perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian yang dilakukan Razak (2015) bertujuan untuk menguji praktik pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di *Tadawul Stock Exchanges* Saudi Arabia pada tahun 2013. Penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan *size* memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Nawaiseh (2015) dalam penelitiannya menemukan hasil bahwa ROA dan *size* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR namun pengungkapan CSR dipengaruhi oleh ROA. Berbeda dengan penelitian sebelumnya penelitian yang dilakukann Nawaiseh (2015) menemukan hasil bahwa hanya ukuran perusahaan yang memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan, ROA tidak memiliki korelasi terhadap pengungkapan CSR.

Ariningtyas (2013) dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa hanya variabel ukuran dewan komisaris yang memiliki pengaruh terhadap luas pengungkapan CSR. Sedangkan, ukuran perusahaan, *leverage*, kepemilikan manajemen, *profil* dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap luas pengungkapan CSR. Roitto (2013) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa hanya umur perusahaan dan profitabilitasyang memiliki pengaruh terhadap tingkat pengungkapan CSR. Penelitian tentang kepemilikan menejerial terhadap pengungkapan CSR dilakukan oleh Karima (2014) menemukan hasil bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian yang dilakukan Hussainey, Mohamed dan Marwa (2011) meneliti tentang faktor yang mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR di Mesir. Penelitian ini menemukan hasil bahwa profitabilitas merupakan penentu utama dari pengungkapan CSR di Mesir. Majeed (2015) menemukan hasil *size* dan kepemilikan institusional memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan variabel lain tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Dari sekian banyak hasil penelitian tersebut, terlihat hasil yang cukup beragam. Hasil penelitian yang beragam tersebut kemungkinan dipengaruhi oleh perbedaan lokasi penelitian, sampel penelitian dan periode pengamatan yang berbeda. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan memenuhi kriteria pengambilan sampel yang digunakan peneliti. Pemilihan ini dikarenakan sektor Manufaktur merupakan sektor yang bersinggungan langsung dengan masyarakat yang memiliki kontribusi yang relatif besar terhadap perekonomian dan sumber penerimaan pajak yang cukup besar bagi Negara.

Adanya ketidak konsistenan hasil penelitian sebelumnya membuat penulis termotivasi untuk mengkaji kembali penelitian tentang pengungkapan CSR. Penelitian ini merupakan replikasi penelitian Juliana (2011) tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Faktor-faktor yang menjadi variabel dalam penelitian tersebut adalah *Size*, profitabilitas dan *Leverage*.

Size (ukuran perusahaan) merupakan karakteristik suatu perusahaan dalam hubungannya dengan struktur perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diprediksi

mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh perusahaan (Jandra, 2015). Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Perusahaan yang lebih besar lebih banyak dipengaruhi pihak *stakeholder* mereka lebih rentan juga terhadap keputusan yang merugikan (Razak, 2015).

Leverage merupakan alat untuk mengukur tingkat ketergantungan perusahaan kepada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Tinggi rendahnya *leverage* sebuah perusahaan akan mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR, hal ini dipengaruhi oleh tingginya hutang yang harus dibayar oleh perusahaan (Swandari, 2016:317). Semakin tinggi *leverage* maka keputusan untuk mengungkapkan CSR akan semakin rendah, sebaliknya semakin rendah *leverage* maka tingkat pengungkapan CSR akan semakin besar. Hal ini karena keputusan untuk mengungkapkan CSR dapat membuat suatu pengeluaran yang akan menurunkan pendapatan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini peneliti menambahkan kepemilikan manajerial sebagai variabel independen. Kepemilikan manajerial dipilih sebagai tambahan variabel independen dikarenakan semakin tinggi kepemilikan manajerial menjadikan semakin ketatnya pengawasan terhadap manajemen perusahaan dalam melaksanakan kegiatan sosial perusahaan (Karima, 2014 :220). Semakin tinggi kepemilikan manajerial akan mengurangi konflik kepentingan antara manajer dan pemilik. Dalam hal ini manajer akan lebih memaksimalkan kepentingan perusahaan dibandingkan

kepentingan dirinya (Jansen dan Meckling,1976). Selain itu penelitian ini juga penambahan periode pengamatan yakni pada laporan tahunan tahun 2014-2016. Penambahan tahun penelitian ini dilakukan untuk memperoleh hasil yang lebih valid.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Faktor - faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2014-2016**”.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Apakah *Size* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate Social responsibility* (CSR)?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate Social responsibility* (CSR)
3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate Social responsibility* (CSR)
4. Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate Social responsibility* (CSR)

1.3 Pembatasan Masalah

Supaya penelitian ini memperoleh temuan yang terfokus pada permasalahan dan terhindar dari penafsiran yang berbeda, maka perlu dilakukan pembatasan masalah. Penelitian ini difokuskan untuk melihat pengaruh *size*,

profitabilitas *leverage*, dan kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) baik secara simultan maupun secara parsial. Tahun pengamatan dalam penelitian ini dilakukan pada laporan tahunan perusahaan periode tahun 2014-2016.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan indentifikasi dan pembatasan masalah diatas, dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *size* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* padaperusahaan Manufaktur?
2. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Manufaktur?
3. Bagaimana pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Manufaktur?
4. Bagaimana pengaruh kepemilikan menejerialterhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Manufaktur?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini, tujuan penelitian ini adalah untuk menguji:

1. Pengaruh antara *size* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Pengaruh antara profitabilitas dengan pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Pengaruh antara *leverage* dengan pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Pengaruh antara Kepemilikan Menejerial dengan pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat bagi semua pihak yang bersangkutan, baik manfaat secara teoritis maupun manfaat praktis.

a. Manfaat Teoritis

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori dalam bidang Manajemen Keuangan khususnya mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian tentang faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR ini dapat menjadi bahan referensi di bidang keuangan sehingga dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya sebagai acuan penulisan hasil penelitian berikutnya.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini mampu memberikan input atau masukan dalam pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) sehingga perusahaan tidak ragu lagi dalam penerapan dan pengungkapan CSR sesuai Undang-undang yang berlaku.

2. Bagi Pengguna Laporan Keuangan

Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran ataupun menjadi kajian bagi para pengguna laporan keuangan terutama investor mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sehingga dapat menjadi pedoman dan pertimbangan dalam berinvestasi terutama yang berminat berinvestasi pada perusahaan manufaktur.