

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pandangan dalam dunia usaha dimana perusahaan hanya bertujuan untuk mendapatkan laba yang tinggi tanpa memperhatikan dampak yang muncul dalam kegiatan usahanya kini sudah tidak dapat diterima lagi. Sering kali untuk mencapai tujuannya, perusahaan semakin berfokus pada pencarian keuntungan tanpa mempertimbangkan dampak yang muncul dari kegiatan usaha yang dilakukan dan mengabaikan kewajiban-kewajiban pada pemangku kepentingan (*stakeholder*).

Bisnis yang dibangun haruslah menguntungkan tidak hanya bagi perusahaan tetapi bermanfaat juga bagi manusia/pekerja, dan lingkungannya. Almilia (2011:02) juga berpendapat bahwa kondisi keuangan saja tidak cukup untuk menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Keberlanjutan perusahaan akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup.

Saat ini perusahaan dituntut untuk meningkatkan perhatiannya kepada lingkungan sosial. Suatu perusahaan mempunyai beberapa kewajiban yang harus senantiasa dipenuhi, kewajiban tersebut tidak hanya pada pemegang saham namun juga kewajiban termasuk masyarakat (Gunawan,Utami,2008). Jadi, perusahaan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal (investor dan kreditor) tetapi juga mementingkan karyawan, konsumen, masyarakat dan lingkungannya. Kesadaran masyarakat akan peran perusahaan

dalam lingkungan sosial juga semakin meningkat. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan telah melaksanakan aktivitas sosialnya untuk memastikan bahwa hak-hak mereka telah terpenuhi.

Tanggung jawab sosial perusahaan memegang peranan yang penting karena perusahaan berada di lingkungan masyarakat dimana setiap aktivitas perusahaan memiliki dampak terhadap lingkungan sosialnya, sehingga setiap perusahaan harus mengungkapkan tanggung jawab sosialnya sebagai kontribusi kepada masyarakat. *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Mutia, Zuraida, Andriani, 2011). CSR telah ada sejak tahun 1800-an yang lebih dikenal dengan nama Occupational Social Worker, Social Work in The Workplace, Employee Assistance yang biasa juga disebut dengan Pekerjaan Social Industri (PSI) (Smith, 1998; Straussner, 1989; Zastrow, 2000 dalam Putra, 2012).

Seiring dengan berkembangnya dunia usaha, CSR pun turut berkembang pesat. Tiap-tiap perusahaan sudah melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial yang telah dilakukan didalam laporan tahunan namun sifatnya masih sukarela. Perusahaan melakukan pengungkapan CSR secara sukarela dikarenakan oleh adanya pertimbangan perusahaan terhadap biaya yang dikeluarkan untuk menerapkan CSR dan manfaat yang nantinya dihasilkan setelah melakukan pengungkapan informasi sosial. Jika manfaat yang diperoleh perusahaan lebih

besar dari biaya yang dikeluarkan untuk pengungkapan CSR maka dengan sukarela perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial perusahaan.

Dengan adanya pertimbangan perusahaan terhadap biaya yang dikeluarkan untuk menerapkan laporan CSR menunjukkan bahwa perusahaan masih lebih mementingkan sisi keuangan dibandingkan sisi non keuangan. CSR yang paling umum dilakukan adalah dengan memberikan bantuan sumbangan dan dilakukan hanya sekedar untuk berbuat baik demi terlihat baik dimata masyarakat (*do good and to look good*).

Kasus lumpur Lapindo yang terjadi di daerah Sidoarjo yang dinobatkan sebagai perusahaan yang tidak bertanggung jawab, pencemaran Teluk Buyat Oleh PT. Newmont Minahasa Raya, dan kasus pencemaran yang dilakukan oleh PT.Freeport Indonesia yang dinilai tidak memenuhi batas air limbah dan telah mencemari biota laut (Arifin,2012). Kasus tersebut memberikan gambaran bahwa perusahaan juga perlu memperhatikan sisi non keuangan terutama sisi lingkungan dan sosial.

Menyadari bahwa pentingnya perusahaan memperhatikan sisi lingkungan dan sosial, maka akhirnya perusahaan mulai menerapkan CSR. Salah satu cara agar perusahaan dapat mencapai laba yang memuaskan adalah dengan cara memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sosialnya atau yang sering dikenal dengan CSR. *Corporate Social Responsibility* menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangan saja. Tetapi saat ini tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom*

lines yaitu *profit*, *people*, and *planet* (Rustiarini, 2010). Tiga prinsip tersebut memiliki arti yaitu tujuan dari bisnis tidak hanya semata-mata mencari laba (*profit*), tetapi juga turut mensejahterakan masyarakat (*people*) dan menjamin kelangsungan hidup (*planet*).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu tanggung jawab yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan para *stakeholder* baik internal maupun eksternal. Pengungkapan CSR adalah salah satu media yang dipakai untuk menunjukkan kepedulian perusahaan kepada masyarakat dan lingkungannya. Pemikiran yang melandasi *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab 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*). Pihak-pihak yang berkepentingan dalam perusahaan adalah pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, supplier dan juga kompetitor (Rika dan Islahuddin, 2008).

Setiap perusahaan di Indonesia diwajibkan untuk melakukan CSR karena hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang menjalankan usahanya di bidang dan / berkaitan dengan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (Laksmitaningrum, Purwanto 2013). CSR membuat perusahaan memiliki *brand image* di mata masyarakat yang akan menarik masyarakat untuk menggunakan produk perusahaan, dan akan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Alasan

perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi CSR adalah untuk mentaati peraturan yang ada. Pemerintah melalui Undang-Undang No. 40 2007 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perseroan yang bidang usahanya di bidang atau terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Peraturan lain yang menyinggung CSR adalah UU no. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Dalam UU tersebut dinyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.

Selain itu, alasan pengungkapan CSR oleh perusahaan adalah untuk memperoleh keunggulan kompetitif, untuk memenuhi ketentuan kontrak pinjaman dan memenuhi ekspektasi masyarakat, untuk melegitimasi tindakan perusahaan, dan untuk menarik investor (Deegan dan Blomquist, 2001; Hasnas, 1998; Ullman, 1985; Patten, 1992; dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). CSR dipandang dapat membantu perusahaan memperbaiki kinerja keuangan dan akses pada modal, meningkatkan brand image dan penjualan, memelihara kualitas kekuatan kerja, memperbaiki pembuatan keputusan pada isu-isu kritis, menangani resiko secara lebih efisien dan mengurangi *cost* jangka panjang.

Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* dalam laporan keuangan. Diantaranya adalah *size*, profitabilitas, likuiditas, *leverage*, ukuran dewan komisaris, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, kepemilikan asing, biaya politis dan profil perusahaan. Dalam penelitian ini, penulis memilih *size*, profitabilitas dan *leverage* sebagai faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR, ini disebabkan karena data

mengenai size, profitabilitas dan leverage mudah diperoleh dalam skripsi maupun jurnal.

Untuk keputusan investasi, investor melihat besar kecilnya perusahaan dan melakukan penilaian terhadap kinerja keuangan perusahaan tersebut. *Size* perusahaan merupakan salah satu variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Ini dikaitkan dengan teori agensi, bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Disamping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005).

Penilaian terhadap kinerja keuangan juga dapat dilihat dari kemampuan perusahaan menghasilkan laba (*profit*) juga dari *leverage* perusahaan. Rasio profitabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividen kepada pemiliknya. Jadi, profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya.

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage*

yang rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Tingkat *leverage* perusahaan, menggambarkan risiko keuangan perusahaan. Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio leverage yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen & Meckling, 1976). Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur.

Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia memunculkan hasil yang beragam dan menarik untuk dikaji lebih dalam. Hasibuan (2001) menunjukkan hasil bahwa *size* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sembiring (2005) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa variabel *size* berpengaruh positif dan signifikan. Sembiring (2003) dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa variabel *leverage* dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan menurut penelitian Purnasiwi (2011) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa secara simultan variabel leverage dan profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Adanya ketidak konsistenan hasil penelitian sebelumnya membuat penulis termotivasi untuk melakukan replikasi penelitian Purnasiwi (2011) tentang Analisis Pengaruh Profitabilitas Dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah adanya penambahan tahun penelitian.

Adanya perbedaan pengukuran variabel dependen dan independen. Penelitian ini menggunakan *Return On Asset* untuk mengukur profitabilitas perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diukur dengan *Corporate Social Disclosure Index - CSRD*).

Atas uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul : **“Pengaruh *Size*, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia ”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka identifikasi masalahnya adalah Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara *size*, profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) ?

1.3. Pembatasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah hanya pada Pengaruh *Size*, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI).

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah *size*, profitabilitas dan *leverage* secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *size*, profitabilitas dan *leverage* secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan yang terdaftar di BEI.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi :

1. Bagi Akademisi, sebagai bahan referensi dan sumber informasi dalam melakukan penelitian terkait dengan pengungkapan CSR.
2. Bagi Pihak Perusahaan, sebagai bahan pertimbangan dalam pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) sehingga perusahaan tidak ragu lagi dalam penerapan dan pengungkapan CSR sesuai undang-undang yang telah berlaku.