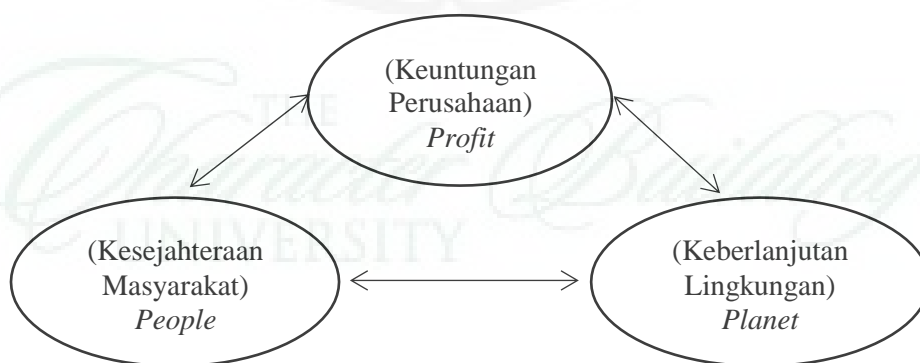


## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Tujuan berdirinya suatu perusahaan yakni untuk menghasilkan profit yang besar demi kemakmuran para pemegang sahamnya. Dibalik itu, kewajiban suatu perusahaan tidak boleh hanya menitikberatkan pada pemiliknya saja (shareholder) melainkan juga kewajibannya terhadap para pihak yang terkait pada perusahaan (stakeholder). Sebagai wujud tanggung jawab perusahaan terhadap stakeholder yaitu dengan mengungkapkan CSR. Perusahaan diharapkan dapat memberi perhatian yang besar terhadap lingkungan dan kesejahteraan masyarakat disekitarnya, hal ini disebabkan karena aktivitas operasional perusahaan akan berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan lingkungan perusahaan. Situasi ini dikenal dengan konsep *triple bottom line* (Elkington,1998 dalam Parinduri et al., 2019) yang menjelaskan pertanggungjawaban sosial perusahaan terdapat 3 aspek penting yakni mencari keuntungan (profit) perusahaan, mensejahterahkan masyarakat (people), serta menjaga kelestarian alam (planet).



**Gambar 1.1 Triple Bottom Line**

Sumber : Jhon Elkington (1994)

Dari ilustrasi di atas kita bisa melihat *profit* merupakan orientasi utama perusahaan untuk memperoleh keuntungan supaya mereka dapat terus melakukan kegiatan operasional dan meningkatkan perkembangannya. Selanjutnya, *people* menunjukkan bagaimana pihak perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap manusia disekitar kegiatan operasionalnya. Sedangkan, *planet* menunjukkan wujud kepedulian serta tanggung jawab perusahaan pada lingkungan sekitar dalam aktivitas operasi.

Pemerintah Republik Indonesia yang peduli dengan kelestarian lingkungan hidup, mempublikasikan UU No. 40 Periode 2007 mengenai Perseroan Terbatas pasal 74 yang menyebutkan tiap-tiap badan usaha yang melakukan aktivitas operasinya bersumber dari alam diwajibkan melaksanakan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan. Tanggung jawab menerapkan CSR juga berlaku pada perusahaan penanaman modal yang termuat pada UU Nomor 25 Periode 2007 tentang Penanaman Modal sebagai berikut :

Pasal 15 memuat :

Tiap penanam modal memiliki kewajiban dalam :

- a. Menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik;
- b. Melakukan tanggung jawab sosial perusahaan;
- c. Membuat laporan mengenai aktivitas penanaman modal serta menyampaikan kepada Badan Koordinasi Penanaman Modal;
- d. Menghormati budaya tradisi masyarakat disekeliling lokasi tempat usaha penanaman modal;
- e. Menaati keseluruhan ketentuan aturan perundang-undangan.

Pasal 17 memuat:

Penanam modal yang mengupayakan sumber daya alam yang tak terbarukan harus mendistribusikan pendanaan secara bertahap dalam memulihkan lokasi yang bertujuan untuk pemenuhan standar kelayakan lingkungan hidup yang pelaksanaannya diatur sejalan pada ketentuan aturan perundangundangan.

Pasal 34 memuat:

Badan usaha ataupun usaha perseorangan seperti yang dimaksudkan pada pasal 5 yang tidak memenuhi kewajiban seperti yang dimuat pada Pasal 15 dapat memperoleh sanksi administratif seperti:

- a. Peringatan tertulis;
- b. Pembatasan aktivitas usaha;
- c. Pembekuan aktivitas usaha dan/atau fasilitas penanaman modal; ataupun
- d. Pencabutan aktivitas usaha dan/atau fasilitas penanaman modal.

Dalam kemajuan perekonomian saat ini, hal yang berhubungan pada tanggung jawab sosial menjadi sangat penting. Ini berkaitan dengan adanya kepedulian perusahaan bukan sekedar mendapatkan keuntungan (laba) yang besar, akan tetapi bagaimana keuntungan (laba) tersebut dapat memberi manfaat dan pengaruh terhadap masyarakat sekitar. Oleh karena itu perusahaan perlu menerapkan kewajiban sosialnya kepada masyarakat.

Menurut pendapat (Marhun, 2001 dalam Leki & Christiawan, 2013), jikalau perusahaan tidak memberi perhatian kepada semua aspek yang terlibat didalamnya baik dari pegawai, konsumen, dan sumber daya alam lingkungan selaku komponen sistem yang saling mendukung, maka perusahaan akan mengalami akhir dari eksistensinya sendiri. Elemen eksternal ini dapat menghambat operasi bisnis dan menyebabkan penundaan atau bahkan gangguan dalam

perusahaan. Wajah perusahaan bisa semakin baik dimata masyarakat jika dapat menunjukkan tanggung jawab dan peduli terhadap lingkungan. Tanggung jawab sosial perusahaan dibutuhkan untuk memelihara relasi yang baik terhadap masyarakat dan lingkungannya.

Konsep CSR pertama kali dikembangkan pada periode 1953 oleh Howard R. Bowen dalam (Cahya, 2014). CSR pertama kali didasarkan pada tindakan-tindakan yang mempengaruhi keberhasilan keuangan perusahaan. Transisi strategi CSR ini telah menimbulkan persepsi baru yang dikenal sebagai corporate citizenship. Menurut Hadi (2011), hakekatnya CSR memiliki pengertian bagaimana mengelola perusahaan secara keseluruhan agar berdampak positif bagi perusahaan itu sendiri serta lingkungan sekitar. Karena itu perusahaan harus bisa mengolah kegiatan operasionalnya dengan mengeluarkan produk produk yang mengarah positif kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Penerapan CSR dapat membantu reputasi perusahaan kearah yang lebih baik dengan menumbuhkan rasa kepercayaan pelanggan (masyarakat) kepada produk barang yang dihasilkan. Masyarakat akan berkeinginan untuk membeli produk barang perusahaan, sehingga pendapatan keuntungan akan meningkat. Sejalan dengan peningkatan laba, para investor akan tertarik untuk mempertimbangkan keputusan berinvestasi diperusahaan (Kusumadilaga, 2010). Investor yang menanamkan modal diperusahaan yang melakukan kegiatan CSR akan berdampak besar pada kinerja keuangan perusahaan. Oleh sebab itu, setiap perusahaan yang sadar akan kepedulian sosial dapat menjadikan operasi CSR sebagai suatu kelebihan daya saing mereka dengan menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial. Selanjutnya, setiap investor yang termotivasi menyuntikan dana di perusahaan-perusahaan seperti ini, pasti menimbulkan permintaan yang lebih besar daripada penawaran untuk saham mereka, yang menyebabkan harga saham meningkat. Hal

inilah yang membuat pengungkapan CSR bisa diangkat sebagai informasi yang berdampak pada harga saham di Bursa Efek.

Meskipun implementasi CSR memiliki pengaruh yang baik, tidak semua perusahaan mau menerapkannya. Beberapa perusahaan percaya bahwa mereka tidak bertanggung jawab atas CSR, bahkan CSR dianggap sebagai pengeluaran yang cukup besar dan menurunkan profit mereka (Hadi,2011). Menurut (Wibisono,2007), ada tiga perspektif perusahaan dalam mengimplementasikan CSR:

1. Perusahaan menerapkan CSR sebagai tindakan niat baik dan tugas untuk meningkatkan reputasi perusahaan.
2. Perusahaan melakukan CSR untuk menegakkan kewajibannya, yaitu UU No. 40 Tahun 2007, yang mengatur perseroan terbatas dan peraturan terkait lainnya..
3. Perusahaan menerapkan CSR hanya semata mata untuk terlibat dalam kontribusi *going concern* dan investasi jangka panjang.

Profitabilitas perusahaan adalah cerminan dari kemampuannya untuk mewujudkan laba (profit). Perusahaan yang memegang kinerja keuangan yang baik akan memperoleh tekanan dari lingkungan perusahaan agar dapat memperluas lagi pengungkapan CSR serta jika profitabilitas perusahaan semakin meningkat/tinggi maka tanggung jawab sosialnya juga akan besar (2014) Hanafi dan Halim. Berdasarkan pandangan (Hossain, 2006 dalam Evandini, 2014), Hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan CSR adalah topik yang menantang yang harus dipecahkan, Menurutnya pengungkapan CSR akan menghasilkan biaya yang lebih tinggi sehingga menurunkan tingkat profitabilitas perusahaan. Temuan ini memperlihatkan bahwa profitabilitas tidak berdampak pada pengungkapan CSR.

Menurut Amrina Rosyada dan Fenty Astrina (2018), perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi menilai tidak perlu menyampaikan keterlibatannya dalam tanggung jawab sosial karena menurut mereka pembaca laporan tahunan hanya tertarik untuk mengetahui tentang kesuksesan finansial perusahaan. Jadi setiap perusahaan yang mengungkapkan CSR semata-mata untuk memenuhi kewajiban perundang undangan yang mengatur pada tanggung jawab sosial serta lingkungan dengan membuat pengungkapan CSR sebagai persyaratan program tahunan yang haruslah dilakukan. Oleh sebab itu, perusahaan yang memperoleh keuntungan(laba) yang tinggi tidak akan secara aktif menjalankan program CSR mereka.

Setiap perusahaan yang menghasilkan laba tinggi tidak berarti lebih banyak dalam keterlibatan sosial , karena perusahaan hanya fokus mencari profit saja. Pihak manajemen lebih memilih untuk berkonsentrasi pada pengungkapan informasi keuangan dan merasa tidak perlu mempublikasikan informasi seperti CSR yang dapat menghambat kinerja keuangan perusahaan. Dikarenakan implementasi CSR akan membutuhkan dana dari perusahaan sehingga tingkat profitabilitas bisa dijadikan sebagai sumber dana. Dengan demikian pihak manajemen akan menjadikan tingkat profitabilitas sebagai daya tarik yang unggul daripada pengungkapan CSR. Oleh karena itu, peneliti menjadikan profitabilitas sebagai salah satu variabel independen karena ingin mengevaluasi kembali apakah benar tingkat profitabilitas berdampak atau tidak pada pengungkapan CSR.

Ukuran perusahaan adalah suatu parameter dalam mengkategorikan perusahaan itu sebagai perusahaan yang besar atau perusahaan kecil yang memiliki beberapa indikator diantaranya total aset, nilai pasar, log size, saham, total pendapatan, modal, dan sebagainya. Ukuran perusahaan merupakan tolak ukuran yang dapat menentukan kekuatan sumber dana dalam berinvestasi untukmendapatkan profit yang besar.

Ukuran perusahaan memiliki dampak yang positif pada pengungkapan CSR. Temuan dari riset ini menunjukkan bukti empiris bahwa perusahaan besar memiliki lebih banyak informasi keuangan dibanding perusahaan kecil termasuk informasi CSR. Perusahaan besar akan menjadi sorotan pemerintah dan masyarakat. Pada situasi ini, perusahaan besar akan menyadari perlunya pengungkapan sosial dalam menguraikan biaya biaya yang akan dikeluarkan. Perusahaan besar seringkali memiliki lebih banyak pemegang saham, yang berarti bahwa semakin banyak pemegang saham akan menginginkan lebih banyak informasi keuangan. Temuan penelitian ini sejalan dengan temuan (Hackston dan Milne, 1996 dalam (Suhardjanto et al., 2012), yang menunjukkan bahwasanya perusahaan besar lebih cenderung mengungkapkan program sosial. Akan tetapi ukuran perusahaan tidak selalu menjadi indikator dalam pengungkapan CSR yang baik. Karena pengungkapan informasi yang luas tidak harus dipandang dari skala ukuran perusahaan.

Perusahaan besar umumnya lebih mudah memperoleh pembiayaan pasar modal dibanding perusahaan kecil. Perusahaan besar mempunyai kebebasan yang lebih besar karena ketersediaan akses. Perusahaan dengan tingkat badan usaha yang tinggi membuat investor tertarik untuk menyuntikan dananya pada saham perusahaan, dan seiring dengan meningkatnya kepemilikan saham perusahaan, demikian pula pengungkapan CSR nya semakin meningkat juga, karena pengungkapan CSR didorong oleh kepemilikan saham perusahaan yang tinggi. Oleh sebab itu, peneliti menjadikan ukuran perusahaan sebagai salah satu variabel independen untuk mengevaluasi kembali apakah benar ukuran perusahaan merupakan salah satu pendorong untuk mengimplementasikan pengungkapan CSR dan untuk mendalami berdampak atau tidak pada pengungkapan CSR.

Penelitian ini merupakan replika penelitian dari Didik Susilo (2016). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menguraikan pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage,

dan good corporate governance terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di indeks saham syariah indonesia. Variabel independennya ialah profitabilitas, ukuran perusahaan, dan variabel dependennya ialah pengungkapan *corporate social responsibility* dan objek penelitiannya adalah perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di Indeks BEI. Kajian riset ini mengartikan jika bertambah besar pihak yang membutuhkan informasi perusahaan, maka akan semakin detail juga pengungkapan yang diterapkan perusahaan salah satunya merupakan Corporate Social Responsibility (CSR).

Kajian riset ini dilakukan sebagai respon terhadap permasalahan sosial dan lingkungan yang semakin meluas, seperti pencemaran limbah, keamanan dan kualitas produk, dan lain-lain, yang semakin meningkatkan perhatian pada pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* perusahaan. Adapun fenomena yang menunjukkan bahwa perusahaan yang terdapat di Indonesia belum sepenuhnya mengimplementasikan Corporate Social Responsibility secara baik. Penulis akan memberikan contoh kasus PT. Lapindo yang pernah beroperasi di kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur dan dianggap bertanggung jawab atas kerusakan dan pencemaran lingkungan pada tahun 2006. Dari kasus ini, sebaiknya kegiatan operasional perusahaan lebih menitikberatkan terhadap tanggung jawab sosialnya. Perusahaan ini seharusnya lebih mempertimbangkan kearah sosial dan masyarakat, karena perusahaan sangat bergantung pada masyarakat dalam mengembangkan usahanya.

Setiap perusahaan mempunyai tanggung jawab untuk mengejar kebijakan yang seimbang sesuai dengan tujuan dan kepentingan sosial. Alhasil, perusahaan harus lebih memperhatikan kelestarian lingkungan dan masyarakat, dengan tetap mempertimbangkan implikasi sosial. Contoh lainnya adalah pemeriksaan terhadap 21 perusahaan perkebunan di Kabupaten Pasaman Barat, Sumatera Barat yang dituduh tidak memenuhi komitmen CSR mereka pada tahun 2018.



Akibatnya, pemerintah daerah mengeluarkan sanksi berupa peringatan tertulis dan jika diabaikan kegiatan operasi perusahaan akan dihentikan. Hal ini menjelaskan bahwasanya masih terdapat perusahaan yang tidak mempertimbangkan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat sehubungan dengan dampak kegiatannya.

Data penelitian ini diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI), dengan menitikberatkan terhadap perusahaan manufaktur. Adapun pertimbangan peneliti memilih perusahaan manufaktur sebab menurut Damayanti (2011), perusahaan manufaktur yaitu perusahaan yang mengolah sumber daya mentah menjadi komoditas siap pakai yang membutuhkan beragam sumber bahan baku, operasi produksi, serta teknologi. Dalam memelihara keberadaannya, perusahaan harus mampu merangkul dan menjalin hubungan yang harmonis terhadap lingkungan sosial masyarakat dengan menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan. Maka dari itu, perusahaan manufaktur haruslah memiliki relasi yang kuat dan erat dengan lingkungan sosial dan alam yang memiliki jumlah pemangku kepentingan terbesar. Sehingga perusahaan manufaktur memiliki kemampuan dalam mengungkapkan informasi yang lebih luas dari perusahaan lain. Dalam hal ini perusahaan manufaktur mempunyai efek atau pengaruh yang lebih besar terhadap lingkungan sekitar sebagai akibat dari kegiatan mereka dan harus mematuhi semua bidang subjek pengungkapan CSR. Perusahaan manufaktur diminta harus memiliki citra publik yang lebih kuat sebab rentan pada dampak politik serta kritik aktivis sosial. Maka dari itu perusahaan manufaktur lebih menekankan pada tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih besar dari perusahaan non manufaktur.

Riset ini dilaksanakan agar dapat menguji dampak profitabilitas, serta ukuran perusahaan pada pengungkapan corporate social responsibility di perusahaan manufaktur. Berdasarkan riset sebelumnya terhadap penelitian saat ini ada perbedaan perihal pengambilan sampel. Beberapa penelitian sebelumnya berfokus pada perusahaan manufaktur dalam satu periode, sementara

penelitian saat ini mengkaji perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2019 sampai 2021, dengan laporan tahunan yang diterbitkan 3 tahun terbaru oleh perusahaan. Dalam penelitian ini profitabilitas dan ukuran perusahaan dijadikan selaku variabel bebas dan pengungkapan corporate social responsibility (csr) selaku variable terikat.

Berlandaskan latar belakang di atas, penulis mengangkat judul penelitian “**Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility**” (Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Periode 2019-2021).

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berlandaskan pemaparan latar belakang masalah, maka dari itu bisa diidentifikasi permasalahan penelitian berikut ini:

1. Perusahaan belum meninjau perspektif sosial dan masyarakat sekitarnya yang dapat terpaparpengaruh dari aktivitas operasi perusahaan.
2. Beberapa perusahaan manufaktur belum mengimplementasikan tanggung jawab sosial (CSR).
3. Perusahaan belum menyadari dampak dari profitabilitas, serta ukuran perusahaan pada pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR).
4. Kurangnya kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat.

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Berlandaskan latar belakang serta identifikasi permasalahan yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka penelitian ini dibatasi pada pengaruh profitabilitas, serta ukuran perusahaan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2019-2021.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

1. Apakah profitabilitas mempengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility padaperusahaan manufaktur di BEI periode 2019-2021?
2. Apakah ukuran perusahaan mempengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap perusahaan manufaktur di BEI periode 2019-2021?
3. Apakah profitabilitas, dan ukuran perusahaan secara simultan mempengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap perusahaan manufaktur di BEI periode 2019-2021?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yakni:

1. Mengkaji dan menguraikan dampak profitabilitas terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan manufaktur di BEI periode 2019-2021.
2. Mengkaji dan menguraikan dampak ukuran perusahaan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan manufaktur di BEI periode 2019-2021.
3. Mengkaji dan menguraikan dampak profitabilitas, dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2019-2021.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian yang dilaksanakan diharapkan bisa memberikan kebermanfaatan bagi:

1. Bagi Peneliti, diharapkan mampu meningkatkan ilmu akuntansi, dan bisa dipergunakan sebagai bahan pertimbangan atau acuan pada riset berikutnya mengenai pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur.

2. Bagi peneliti berikutnya, diharapkan mampu menjadikan sebagai referensi serta masukan untuk penelitian yang lebih lanjut bagi peneliti yang akan melaksanakan penelitian sejenis.
3. Bagi Perusahaan, riset ini diharapkan mampu dijadikan sebagai rujukan oleh pihak manajemen perusahaan untuk pengambilan kebijakan dalam menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam mendapatkan profitabilitas yang lebih baik.
4. Bagi Masyarakat, dengan adanya penerapan CSR dapat membantu mereka dalam meningkatkan kualitas SDM serta menciptakan lapangan kerja baru agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar perusahaan.

