

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tanggung jawab perusahaan terhadap para *stakeholder* yang memunculkan istilah tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggungjawab mereka terhadap sosial/lingkungan di sekitar perusahaan itu berada. Penerapan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan dapat diwujudkan dengan pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) yang disosialisasikan ke publik dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan. Pemerintah telah mengatur pelaksanaan CSR dengan menerbitkan Undang-Undang No 40 Tahun 2007 pasal 66 ayat 2, “setiap Perusahaan Perseroan di Indonesia termasuk perusahaan Perbankan diwajibkan untuk memuat laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan tahunan”. Hal ini sepatutnya berlaku bagi seluruh sektor perusahaan terutama bagi perusahaan manufaktur yang berhubungan langsung dengan pemenuhan kebutuhan masyarakat.

Di Indonesia, pada dasarnya pelaporan non keuangan seperti CSR ini secara umum telah terakomodasi dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 tahun 2004 tentang Penyajian Laporan Keuangan dan dalam *Exposure Draft* PSAK No. 20 tahun 2005 tentang Akuntansi Lingkungan. Dalam

SAK No. 1 tahun 2009 tentang Penyajian Laporan Keuangan, bagian Tanggung jawab atas Laporan Keuangan paragraf 09 dinyatakan bahwa :

Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.

Dari pernyataan Standar Akuntansi Keuangan tersebut dapat dijelaskan bahwa perusahaan dapat membuat laporan tambahan mengenai bentuk tanggung jawab terhadap lingkungan sekitar perusahaan berada. Dampak yang ditimbulkan dari belum diwajibkan oleh PSAK untuk mengungkapkan informasi sosial menimbulkan praktik pengungkapan informasi secara sukarela belum diterapkan oleh semua perusahaan. Penerapan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diharapkan menjadi wujud kesadaran dan tanggung jawab manajemen dalam mengelola perusahaan untuk terus memperhatikan serta menjaga kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat.

Menurut Anggraini (2006) pengungkapan tanggung jawab sosial di dalam laporan perusahaan kini tidak lagi dihadapkan pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang dicerminkan melalui aspek keuangan saja. Namun harus berpijak pada konsep *triple bottom line* yaitu *economic prosperity, enviromental quality dan social justice*. Berdasarkan konsep *triple bottom line* perusahaan yang ingin berkelanjutan harus memerhatikan 3P yaitu *profit, people, dan planet*.

Masyarakat sekarang ini lebih berhati-hati dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi. Mereka lebih cenderung untuk memilih produk yang

diproduksi perusahaan yang memiliki perhatian terhadap lingkungannya. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *Corporate social responsibility*, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan investor tertarik untuk menginvestasikan modalnya ke perusahaan. Selain itu, *Corporate social responsibility* dapat juga digunakan sebagai alat *marketing* baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan berkelanjutan.

Sesuai dengan teori *stakeholder* bahwa Informasi keuangan merupakan salah satu kebutuhan penting bagi *stakeholder* suatu perusahaan terutama bagi para investor. Dimana mereka memerlukan informasi yang berhubungan dengan perusahaan sebagai pertimbangan dalam menanamkan modal mereka. Perusahaan memerlukan sarana untuk digunakan sebagai media penyebaran informasi yang cepat untuk menjangkau berbagai wilayah geografis. Untuk itu, salah satu media yang dapat digunakan perusahaan dalam memberikan informasi bagi para *stakeholder* adalah dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju di era sekarang ini, yaitu internet pada khususnya. Komunikasi melalui internet ini sudah diadopsi oleh sektor bisnis sebagai alat yang penting dalam memberikan informasi. Perkembangan ini telah mempengaruhi bentuk pelaporan keuangan menjadi lebih efektif dan dapat diakses oleh siapa pun dan dimana pun bagi yang membutuhkannya.

Internet (*interconnection networking*) dapat diartikan sebagai jaringan komputer luas dan mendunia yaitu menghubungkan pemakai komputer dari suatu negara ke negara lain di seluruh dunia, dimana di dalamnya terdapat berbagai macam informasi dari yang bersifat statis sampai dinamis dan interaktif. Internet

memberikan jangkauan geografis yang lebih luas, tidak hanya pada wilayah tertentu, bahkan melewati batas negara. Internet juga memberikan peluang-peluang yang terbaru bagi perusahaan dalam meningkatkan cara berkomunikasi dengan para investor dan *stakeholder*.

Selain itu, perkembangan teknologi dalam dunia bisnis ditunjukkan dengan mulai banyaknya perusahaan yang memiliki *website* pribadi. Perusahaan menggunakan *website* bukan hanya untuk menyebarkan informasi non-finansial tetapi juga informasi finansial. Pada awalnya penciptaan *website* ini hanya bertujuan untuk memasarkan produk yang dihasilkan oleh perusahaan (Seetharaman, 2006 dalam Septiarsi 2011). Pengungkapan informasi keuangan dalam *website* perusahaan merupakan suatu bentuk pengungkapan sukarela yang telah dipraktikkan oleh berbagai perusahaan. Pengungkapan informasi pada *website* tersebut juga merupakan suatu sinyal dari perusahaan bagi pihak luar, salah satunya berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan di masa yang akan datang (Lestari dan Chariri, 2005).

Berbagai penelitian terkait dengan pengungkapan CSR menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian yang dilakukan oleh Suryanto (2013) menunjukkan bahwa pengungkapan sosial berpengaruh terhadap nilai perusahaan, tetapi profil perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan juga untuk hubungan antara pengungkapan sosial dan nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan jika profil perusahaan gagal memberikan kontribusi dalam menentukan praktik

pengungkapan sosial, sehingga profil perusahaan gagal memberikan efek pada hubungan antara pengungkapan sosial dan nilai perusahaan.

Berbagai penelitian yang berhasil membuktikan hubungan positif antara variabel ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR antara lain dilakukan oleh Sembiring (2005) serta Rahma dan Indah (2010). Tetapi tidak semua penelitian mendukung hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR perusahaan. Ada penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan positif antar kedua variable tersebut, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Achmad (2007), Arief dan Kurnia (2008).

Ismail (2002) menunjukkan bahwa hanya sekitar 39% perusahaan yang melaporkan informasi keuangan di situs web mereka, sedangkan 61% lebih melaporkan informasi non keuangan. Demikian pula Ashbaugh, Johnston, dan Warfield (1999), Ettredge, Scholz, dan Richardson (2001) menunjukkan bahwa meskipun perusahaan di Negara-negara yang di uji telah menggunakan internet sebagai media pengungkapan informasi keuangan, namun ada perbedaan dalam kualitas dan kuantitas informasi yang diungkapkan. Menurut Sayogo (2005) ada 72,5% perusahaan teraktif yang menggunakan fasilitas internet sebagai media pelaporan keuangan, sedangkan Luciana (2009) dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan belum memanfaatkan internet sebagai media pelaporannya.

Beberapa penelitian menguji faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan pengungkapan dalam *website* perusahaan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Fitriana (2009), Alali dan Romero (2011). Penelitian yang dilakukan oleh

Andrikopoulos (2007); Lestari dan Chariri (2005); serta Alali dan Romero (2011) menggunakan ukuran perusahaan adalah faktor yang paling berpengaruh terhadap praktik penerapan IFR. Kemudian *leverage*, profitabilitas, kepemilikan saham oleh investor institusional, sektor industri muncul sebagai faktor lain yang mempengaruhi praktik IFR. Selain itu dalam penelitiannya Lestari dan Chariri (2005) juga menunjukkan bahwa variabel likuiditas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap praktik penerapan IFR. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Alali dan Romero (2011) mengenai variabel struktur kepemilikan dalam penelitiannya menunjukkan bahwa struktur kepemilikan mempengaruhi tingkat pengungkapan.

Alali dan Romero (2011) menggunakan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, *growth*, struktur kepemilikan, dan reputasi auditor sebagai variabel yang mempengaruhi pengungkapan informasi keuangan perusahaan melalui internet. Dalam penelitiannya, Alali dan Romero (2011) menggunakan perusahaan yang terdaftar dalam *Argentine Stock Market* pada pertengahan maret 2009 hingga Juni 2009. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, tingkat pertumbuhan serta struktur kepemilikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pelaporan keuangan melalui *website* perusahaan.

Fenomena yang perlu disikapi saat ini adalah seharusnya perusahaan memandang bahwa praktik pengungkapan sosial merupakan hal yang sangat penting. Namun, berdasarkan beberapa penelitian diatas menunjukkan bahwa tidak semua perusahaan berpandangan yang sama terhadap praktik pengungkapan sosial ini. Pengungkapan sosial ini juga cukup mempengaruhi nilai suatu

perusahaan dimata para investor dan juga konsumen. Pertentangan dari hasil penelitian tersebut dapat terjadi karena beberapa alasan seperti: perbedaan periode waktu penelitian, interpretasi peneliti terhadap laporan keuangan perusahaan atas variabel yang digunakan maupun perbedaan metode pengujian yang ditempuh oleh peneliti.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari Fahrizqi (2010) dan Septiarsi (2013). Namun demikian, penelitian ini menambahkan variabel *profile* untuk menguji kembali tingkat signifikansi variabel tersebut. Selain itu terdapat perbedaan mengenai populasi, waktu dan tempat dilakukannya penelitian sampel yang digunakan yaitu perusahaan non financial yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Web Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka masalah penelitian dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui Web dalam laporan tahunan perusahaan?
2. Apakah *Profile* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui Web dalam laporan tahunan perusahaan?

3. Apakah Likuiditas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui Web dalam laporan tahunan perusahaan?
4. Apakah *Growth* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui Web dalam laporan tahunan perusahaan?
5. Apakah Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui Web dalam laporan tahunan perusahaan?
6. Apakah Kepemilikan saham Publik berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui Web dalam laporan tahunan perusahaan?
7. Apakah Reputasi auditor berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui Web dalam laporan tahunan perusahaan?

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penelitian ini dilakukan pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di BEI tahun 2012. Penelitian ini hanya dibatasi pada *Profile*, Likuiditas, *Growth*, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan saham Publik, dan Reputasi Auditor secara signifikan mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui Web perusahaan non Financial yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas maka masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah: Apakah *Profile*, Likuiditas, *Growth*, Ukuran Dewan

Komisaris, Kepemilikan saham Publik, dan Reputasi Auditor berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui Web perusahaan non Financial yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh *Profile*, Likuiditas, *Growth*, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan saham Publik, dan Reputasi Auditor berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui Web perusahaan non Financial yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

- 1) Bagi Peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Web Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.
- 2) Bagi Lingkungan Akademis, penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur.
- 3) Referensi penelitian selanjutnya, dapat dijadikan sebagai bahan kajian penelitian selanjutnya yang tertarik meneliti dalam bidang *Corporate Social Responsibility*.