

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan untuk menjaga eksistensinya tidak dapat terpisahkan oleh lingkungan yang disebut masyarakat. Ada keterkaitan diantara keduanya baik perusahaan dan masyarakat karena keduanya merupakan satu kesatuan yang saling memberi dan membutuhkan. Keberhasilan pembangunan bangsa dapat ditentukan oleh keduanya dalam harmonisasi dan memberi kontribusi satu sama lain. Agar tercipta sinergisitas diantara keduanya, maka harus diperhatikan dua aspek penting tersebut agar keberadaan perusahaan dapat membawa perubahan ke arah kebaikan dan meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Dalam ekonomi, orientasi perusahaan adalah mendapatkan keuntungan dan dalam aspek sosial, masyarakat dapat menikmati secara langsung manfaat yang diberikan oleh perusahaan. Perusahaan tidak hanya dihadapkan dengan *responsibility* untuk memperoleh keuntungan semata, tetapi juga harus memperhatikan *social and environment responsibility* (Anggara Fahrizqi, 2010).

Corporate Social Responsibility memegang peranan yang penting karena perusahaan berada dalam lingkungan masyarakat dimana setiap aktivitas perusahaan tersebut memiliki dampak terhadap lingkungan sosialnya, sehingga setiap perusahaan seharusnya mengungkapkan tanggung jawab sosial sebagai kontribusi terhadap masyarakat sosial dan lingkungannya.

Dalam hal ini, tanggung jawab sosial lahir dari kesadaran pihak perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya secara *voluntary* sebagai wujud kepedulian terhadap lingkungan sosial. Informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non keuangan yang berkaitan dengan interaksi perusahaan dengan lingkungannya. Tanggung jawab sosial merupakan suatu bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) atas berbagai aktivitas perusahaan. Tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat sosial dan lingkungan disebut sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Corporate Social Responsibility adalah komitmen perusahaan yang menekankan bahwa perusahaan harus mengembangkan etika bisnis dan praktik bisnis yang berkelanjutan secara ekonomi, sosial dan lingkungan. Konsep ini berkaitan dengan perlakuan terhadap para pemangku kepentingan (*Stakeholder*) baik yang berada di dalam dan di luar perusahaan dengan bertanggungjawab baik secara etika maupun sosial. Hal terpenting dari pelaksanaan *corporate social responsibility* adalah memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri dengan jalan membangun kerjasama antar *stakeholder* yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat di sekitarnya. CSR juga mengandung pengertian bahwa seperti halnya individu, perusahaan memiliki tugas moral untuk berlaku jujur, mematuhi hukum, menjunjung integritas, dan tidak korupsi. Tanggung jawab sosial perusahaan telah menjadi suatu kebutuhan yang

dirasakan bersama antara pemerintah, masyarakat, dan dunia usaha berdasarkan prinsip kemitraan dan kerjasama (Departemen Sosial, 2007) dalam Ardilla (2011). Pelaksanaan tanggung jawab sosial dapat dilakukan melalui penggunaan sumber daya alam dan atau sumber daya manusia secara efisien untuk menghasilkan barang dan jasa dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat. Pengungkapan tanggung jawab sosial ini semakin mengarahkan perusahaan untuk tidak hanya memperhatikan kepentingan pemegang saham (*shareholder*) tetapi sudah menekankan kepentingan semua pihak yang berkepentingan (*stakeholder*). Pihak-pihak yang berkepentingan ini terdiri dari pemegang saham (*shareholders*), kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat dan analis.

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. Menurut Nor Hadi (2011: 206), laporan tanggung jawab sosial merupakan laporan aktivitas tanggung jawab sosial yang telah dilakukan perusahaan baik berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun lingkungan. Laporan tersebut menjadi bagian yang tak terpisahkan dengan laporan tahunan (*annual report*) yang dipertanggungjawabkan direksi di depan sidang Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Laporan ini berisi laporan program-program sosial dan lingkungan perseroan yang telah dilaksanakan selama tahun buku berakhir.

Corporate Social Responsibility Disclosure pada gilirannya akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan di masa yang akan datang. Citra (image) dan kepercayaan terhadap perusahaan akan meningkat. Investor juga akan mempertimbangkan hal tersebut menjadi salah satu alasan untuk berinvestasi. Dengan menjalankan program *Corporate Social Responsibility* secara berkelanjutan, diharapkan perusahaan berjalan dengan lebih baik dan dapat menjaga eksistensinya.

Menurut Heimann (2008) dalam Mardikanto Totok (Hal 128 ; 2014) menyatakan bahwa ada beberapa alasan mengapa CSR perlu dilakukan oleh perusahaan diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Merupakan hal yang etis dilakukan.
2. Meningkatkan citra perusahaan.
3. Hal ini dilakukan dalam rangka untuk menghindari peraturan yang berlebihan.
4. Jenis kegiatan dari tanggung jawab sosial juga dapat menguntungkan.
5. Lingkungan sosial yang baik akan bermanfaat bagi perusahaan.
6. Dapat menarik minat para investor.
7. Dapat meningkatkan motivasi karyawan

Di Indonesia pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan diatur dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas (UU. PT) pasal 74 tentang “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”, yang berisi :

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Selain itu pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 paragraf 9 juga telah memberikan penjelasan mengenai pengungkapan dampak lingkungan sebagai berikut: “Perusahaan menyajikan laporan tambahan mengenai lingkungan hidup (atau nilai tambah), khususnya bagi industri dengan sumber daya utama terkait dengan lingkungan hidup (atau karyawan dan *stakeholder* lainnya sebagai pengguna laporan keuangan penting)”.

Dampak yang ditimbulkan dari kegiatan perusahaan tersebut berbeda-beda meskipun memiliki jenis usaha yang sama sehingga berpengaruh terhadap CSR yang dilakukan perusahaan. Perbedaan tersebut dikarenakan karakteristik perusahaan yang berbeda-beda. Karakteristik perusahaan yang

diyakini berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial antara lain tipe industri (profile), ukuran perusahaan (size), komite audit, ukuran dewan komisaris, tingkat likuiditas, tingkat profitabilitas, tingkat leverage, kepemilikan institusi, kepemilikan asing, kepemilikan manajemen dan sebagainya.

Namun pada penelitian ini variabel yang digunakan dalam menentukan pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial adalah size perusahaan, profitabilitas, leverage dan kepemilikan manajemen.

Size perusahaan menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar yang tercermin dalam teori agensi, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi daripada perusahaan kecil. Penjelasan lain yang juga sering diajukan adalah perusahaan besar memiliki sumber daya yang besar sehingga tidak perlu ada tambahan biaya yang besar untuk dapat melakukan pengungkapan dengan lebih lengkap.

Profitabilitas, dan leverage juga merupakan faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR karena merupakan ukuran dari kemampuan para eksekutif dalam menciptakan tingkat keuntungan, perencanaan dalam pengelolaan keuangan dan tingkat resiko keuangan perusahaan seharusnya dapat dijadikan pertimbangan perusahaan dalam merancang program sosial dan pelestarian lingkungan yang diungkapkan dalam sustainability report. Sebagai bentuk peranan perusahaan dalam membantu meningkatkan keadaan sosial sekitar dan membantu pelestarian lingkungan.

Kepemilikan manajemen memperoleh keuntungan khusus atas biaya CSR dari pemegang saham lainnya, Struktur kepemilikan modal harus memegang peranan dalam penetapan jumlah pengeluaran CSR. Demsetz (1983) dan Fama dan Jensen (1983) dalam R a w i (2009) menyatakan tingkat kepemilikan manajemen yang tinggi cenderung untuk tetap bertahan, dimana manajemen untuk melakukan program CSR dengan mudah. Disisi lainnya, Jika pengeluaran untuk CSR berada pada tingkat yang dapat mengurangi nilai perusahaan, semakin tinggi kepemilikan manajemen akan semakin tinggi menanggung biaya yang berhubungan dengan program CSR.

Menurut Morck, Shleifer dan Vishny (1988) dalam R a w i (2009) pada literatur menunjukkan bahwa para manajemen tetap pada tingkat kepemilikan yang relatif kecil. Selain tingkat kepemilikan yang tetap, peningkatan pada kepemilikan manajemen dilakukan untuk mendapatkan batasan keuntungan dari manajemen dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan. Jika pengeluaran untuk CSR berada pada suatu titik yang mana akan mengurangi nilai perusahaan, maka batasan yang ada telah dicapai, maka dapat ditemukan hubungan negatif kepemilikan manajemen terhadap pengeluaran CSR.

Penelitian-penelitian yang terkait dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* telah banyak dilakukan dan menghasilkan temuan yang beragam. Sembiring (2003) dalam Achmad Badjuri (2011) menghasilkan temuan bahwa profitabilitas tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Variabel ukuran perusahaan terbukti signifikan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian Sembiring (2005) dalam Achmad Badjuri (2011) juga menunjukkan hasil yang hampir sama. Anggraeni (2006) dalam penelitiannya menunjukkan hal yang berbeda. *Profitabilitas* dan *size* perusahaan tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial. Febrina dan I G N Agung Suaryana (2011) juga menunjukkan hasil yang sama profitabilitas tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial. Sedangkan Ni Nyoman Yintayani (2011) dalam penelitiannya profitabilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi sosial. Temuan ini sejalan dengan hasil yang diperoleh Achmad Badjuri (2011) yang berhasil menemukan hubungan profitabilitas dengan pengungkapan informasi sosial.

Penelitian tentang *size* perusahaan dengan pengungkapan CSR dilakukan oleh Anggraeni (2006) dan juga dilakukan oleh Ni Wayan dan Ni Putu Sri Harta Mimba (2014) menemukan bahwa *size* perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan informasi sosial. Sedangkan Sembiring (2005), Febrina dan I G N Agung Suaryana (2011), Achmad Badjuri (2011) dan Ahmad Nurkin (2010) serta Agatha Aprinda Kristi (2010) menemukan hasil yang berbeda. Yang mana penelitian mereka menunjukkan bahwa *size* perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan informasi sosial.

Penelitian tentang *leverage* dilakukan oleh Sembiring (2005), Rawi dan Munawar Muchlish (2010), Ni Nyoman Yintayani (2011), Febrina dan I G N Agung Suaryana (2011), dan Achmad Badjuri (2011) menemukan hasil

bahwa leverage tidak mempunyai hubungan yang signifikan terhadap pengungkapan informasi sosial. Sedangkan Ni Wayan dan Ni Putu Sir Harta Mimba (2014) menemukan hasil berbeda. Penelitiannya menemukan bahwa leverage mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan informasi sosial.

Sedangkan penelitian tentang kepemilikan manajemen dilakukan Achmad Badjuri (2010), Febrina dan I G N Agung Suaryana (2011), dan Ni Nyoman Yintayani (2011) menemukan hasil bahwa kepemilikan manajemen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan informasi sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni (2006) dan Rawi dan Munawar Muchlish (2010) menemukan hasil yang berbeda. Penelitiannya menunjukkan bahwa kepemilikan manajemen mempunyai pengaruh yang signifikan.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji ulang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Dengan judul :
“ Pengaruh Size perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Kepemilikan Manajemen terhadap Pengukapan *Corporate Social Responsibility* “.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan apa yang sudah diuraikan pada latar belakang diatas, maka identifikasi masalah adalah sebagai berikut :

1. *Corporate social responsibility* memegang peranan penting dalam setiap aktivitas kegiatan perusahaan yang dilakukan.

2. *Corporate social responsibility* merupakan sebuah komitmen dalam menjalankan strategi bisnis yang berkelanjutan.
3. Penerapan *corporate social responsibility* dapat meningkatkan *image* perusahaan.
4. Membuktikan factor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial.
5. Penelitian-penelitian terhadap pengungkapan CSR masih belum konsisten.

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014.

1.4. Rumusan Masalah

Adapun rumusalah masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Parsial apakah Size perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Kepemilikan Manajemen mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR?
2. Secara Simultan apakah Size perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Kepemilikan Manajemen mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR?

1.5. Tujuan Penelitian

Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Parsial : untuk mengetahui dan mengkaji pengaruh size perusahaan, profitabilitas, leverage, dan kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan CSR.
2. Secara Simultan : untuk mengetahui dan mengkaji pengaruh size perusahaan, profitabilitas, leverage, dan kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan CSR.

1.6. Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi

Memberikan pemahaman mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi pengungkapan CSR dalam laporan tahunan pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar pada BEI tahun 2014, sehingga dapat membuka wawasan penelitian yang lebih luas.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan perusahaan dalam upaya meningkatkan tanggung jawab sosial.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi informasi tambahan atau bahan referensi untuk penelitian yang lebih mendalam.