

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemahaman *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan 3P yaitu *profit*, *people* dan *planet*, pengertian ini karena bisnis tidak hanya sekedar mencari keuntungan (*profit*) melainkan juga kesejahteraan orang (*people*) dan menjamin kelangsungan hidup diplanet (nugroho, 2007). *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial dan interaksinya dengan *stakeholder* yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

Setiap perusahaan mempunyai kekhasan masing-masing dalam mendefinisikan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah bagaimana perusahaan memmanage proses usahanya untuk menghasilkan hal-hal positif yang bersifat menyeluruh sebagai bentuk tanggung jawab kepada lingkungannya. Lingkungan dalam hal ini adalah para pemangku kepentingan, para pelanggan, para karyawan, lingkungan sekitar kita pada khususnya, masyarakat luas pada umumnya. Kunci sukses yang berkesinambungan terletak pada terciptanya hubungan positif yang hidup, baik antara karyawan dan perusahaan atau antar karyawan sendiri, perhatian diberikan pada terciptanya lingkungan kerja yang layak, saling mengenal, termotivasi dan mempertahankan karyawan terbaik dan tercemerlang yang mampu melakukan

perubahan pada kinerja yang baik. Nilai inti *Corporate Social Responsibility (CSR)* diberdayakan untuk menjamin kesuksesan jangka panjang perusahaan dengan karyawan.

Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan, pengambilan keputusannya tidak hanya berdasarkan faktor keuangan semata melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan faktor lingkungan.

Saat ini sudah tidak relevan lagi untuk pengambilan keputusan ekonomi hanya dengan melihat kinerja keuangan suatu perusahaan. Eipstein dan freedman (1994). Untuk itu dibutuhkan suatu sarana yang dapat memberikan informasi mengenai aspek sosial, lingkungan dan keuangan sekaligus. Kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan sudah mulai dirasakan dengan adanya peraturan yang mengatur tentang lingkungan tersebut dalam undang – undang Perseroan Terbatas No. 40 pasal 74 tahun 2007 yang sudah diberlakukan pada tanggal 16 agustus 2007.

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu bentuk pertanggung jawaban yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Akan semakin baik citra suatu perusahaan jika pertanggung jawaban semakin banyak dilakukan oleh perusahaan tersebut.

Kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tempat perusahaan beroperasi. Perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya, dan bagai mana

perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Tilt, 1994, dalam Haniffa et al, 2005).

Pentingnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan manufaktur khususnya sektor garmen dikarenakan sangat berhubungan dengan masyarakat khususnya perusahaan – perusahaan yang berlokasi dekat dengan akses umum seperti jalan raya dan tempat tinggal penduduk setempat.

Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Laporan keuangan tahunan merupakan salah satu media yang dapat digunakan untuk pengungkapan informasi sosial dan lingkungan dan menjadi salah satu rujukan bagi para investor atau calon investor dalam memutuskan apakah akan berinvestasi di dalam suatu perusahaan atau tidak. Salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis (Guthrie dan Parker, 1990).

Annual Report digunakan sebagai salah satu media untuk mengungkapkan penerapan tanggung jawab sosial perusahaan dan juga saran komunikasi antara perusahaan dan pihak eksternal yang diajarkan dalam PSAK No. 1 tahun 2009 paragraf 9 tentang penyajian Laporan keuangan, bagian Tanggung Jawab atas Laporan Keuangan dinyatakan bahwa; "Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khusus bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting".

Penelitian tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang dilakukan oleh Yuniati Gunawan (2000), menunjukkan adanya hubungan tanggung jawab sosial. Sementara penelitian Robert (1992), Davey (1982), tidak menemukan hubungan dari kedua variabel tersebut, meskipun hasilnya beragam Robert (1992) menemukan korelasi yang positif, Sembiring (2003) menemukan korelasi yang negatif. Sedangkan, Haniffa et al (2005) dan Sembiring (2005) tidak menemukan korelasi dari *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Menurut Siregar (2007) konsep tanggung jawab sosial diartikan sebagai kumpulan dan kebijakan praktek yang berhubungan dengan stakeholder, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat, lingkungan serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan yang berkelanjutan.

Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan kemakmuran pemegang saham, selain memberikan manfaat juga menjamin sumber daya perusahaan. Mirza dan Imbuh (1999) menyatakan bahwa kekayaan atau kesejahteraan pemilik (*shareholder*) akan bertambah atau maksimum jika *Market Value Added (MVA)* juga bertambah atau maksimum. Konsep MVA dikembangkan oleh Stern, Stewart & Co., yang mempopulerkan MVA sebagai satu-satunya alat ukur yang paling pas untuk sukses tidaknya suatu perusahaan dalam menciptakan kekayaan bagi pemilik (Ruky 1999). *Market Value Added (MVA)* adalah total nilai pasar yang berarti semua saham dan hutang perusahaan serta berapa jumlah yang diperoleh investor jika semua investasinya berupa saham dan obligasi dijual kepasar finansial dan dikurangi total modal yang

diinvestasikan berupa ekuitas, laba ditahan, hutang lewat pasar modal dan hutang terhadap bank.

Market Value Added (MVA) berfungsi sebagai pengukur kinerja keuangan dan menilai dampak tindakan manajer atas kemakmuran perusahaan, Jika *Market Value Added (MVA)* positif berarti manajer berhasil menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dan sebaliknya jika MVA negatif maka manajer gagal menciptakan nilai tambah bagi perusahaan.

Nilai bagi sebuah perusahaan dapat di lihat dari sejauh apa perusahaan dapat menghasilkan produk dan menyampaikan nilai dari produk yang dihasilkan ke pelanggan. Nilai tersebut berupa laba yang di kurangkan dengan pengorbanan yang dilakukan oleh pelanggan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari *annual report* (laporan tahunan) perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan menerbitkan laporan tahunannya secara konsisten pada tahun 2012.

Pemilihan Judul dari Penelitian ini yaitu adanya pengaruh Corporate Social responsibility (CSR) dengan Perusahaan didasarkan pada pemikiran bahwa industri garmen merupakan industri padat karya dan terkait erat dengan penggunaan SDM yang berbeda dari perusahaan sektor lainnya. Kegiatan operasional yang dilakukan perusahaan tentu akan memiliki dampak terhadap lingkungan seperti polusi, pencemaran lingkungan serta dampak negatif lainnya. Kegiatan operasional perusahaan juga memiliki dampak terhadap masyarakat seperti pelanggaran hak asasi manusia, ketenagakerjaan, dan tanggung jawab terhadap produk. Salah satu fenomena PT Pan Brother Tbk merupakan

salah satu perusahaan Manufaktur sektor Textil dan Garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, aktivitas yang dilakukan perusahaan sangat berdampak terhadap lingkungan maupun masyarakat, perusahaan yang berlokasi di Jalan Raya Pasarkemis Tangerang ini memberikan dampak negatif terhadap lingkungan, sosial, ekonomi serta budaya. Dampak lingkungan dan sosial seperti terjadinya kemacetan sepanjang jalan pasarkemis yang mengakibatkan terganggunya pengguna jalan lainnya untuk aktivitas, oleh karena itu perusahaan seharusnya mempunyai kewajiban untuk memberikan solusi dan kepedulian terhadap lingkungan sekitarnya.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi masalah – masalah yang ada sebagai berikut :

1. Alokasi program *Corporate Social responsibility (CSR)* belum sepenuhnya efektif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dilingkungan perusahaan.
2. Praktek Pengungkapan *Corporate Social responsibility (CSR)* masih berbeda antara perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)
3. Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social responsibility (CSR)* menunjukkan hasil yang berbeda – beda.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam hal ini adalah :

1. Apakah Karakteristik perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah proporsi komisaris independen berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah Jumlah Karyawan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
4. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
5. Apakah Kepemilikan Saham Institusional berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

D. Batasan Masalah

Perusahaan-perusahaan yang diwajibkan melaporkan *Corporate Social Responsibility (CSR)* menurut UU No. 40 Pasal 74 tahun 2007 yang menyatakan bahwa Perseroan yang melakukan kegiatan usaha dibidang dan/atau berkaitan dengan sumberdaya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, dalam hal ini Perusahaan yang bergerak pada sektor Garmen.

E. Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan Penelitian ini adalah :

1. Mengetahui Pengaruh karakteristik dengan menganalisis proporsi komisaris independen perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012 - 2015.
2. Mengetahui Pengaruh karakteristik dengan menganalisis Jumlah Karyawan perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012 - 2015.
3. Mengetahui Pengaruh karakteristik dengan menganalisis Ukuran Perusahaan perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012 - 2015.
4. Mengetahui Pengaruh karakteristik dengan menganalisis Kepemilikan Saham Institusional perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012 - 2015.
5. Mengetahuin Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012 - 2015.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat atau kegunaan yang dilakukan dalam Penelitian ini adalah :

1. Dapat memberikan masukan kepada para pemakai laporan keuangan dan praktisi penyelenggara perusahaan dalam memahami *Corporate Social Responsibility (CSR)*, sehingga dapat meningkatkan nilai dan pertumbuhan perusahaan bagi penyelenggara perusahaan dan dapat membantu proses pengambilan keputusan bagi pemakai laporan keuangan.
2. Dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori, terutama kajian akuntansi keuangan mengenai *Corporate Social Responsibility (CSR)*.