

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setelah memasuki abad ke-18 terjadi perubahan besar dalam pola hidup masyarakat Eropa. Perubahan tersebut ditunjukkan dengan mulai digunakannya tenaga mesin sebagai alat produksi di pabrik-pabrik menggantikan tenaga manusia dan hewan. Perubahan inilah yang disebut dengan Revolusi Industri. Berkembangnya kota industri melahirkan kelas buruh, kerusakan lingkungan, dan polusi.

Berpihaknya perusahaan kepada pemilik modal mengakibatkan perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat sosial secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan pada akhirnya mengganggu kehidupan manusia. Adanya dampak pada lingkungan tersebut mempengaruhi kesadaran masyarakat akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial atau yang dikenal dengan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Perubahan pada tingkat kesadaran masyarakat memunculkan kesadaran baru tentang pentingnya melaksanakan CSR. Pemahaman itu memberikan pedoman bahwa korporasi bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri saja sehingga ter-alienasi atau mengasingkan diri dari lingkungan masyarakat di tempat mereka bekerja, melainkan sebuah entitas

usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungannya¹.

CSR memandang perusahaan sebagai agen moral. Dengan atau tanpa aturan hukum, sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas parameter keberhasilan suatu perusahaan, dalam sudut pandang CSR adalah mengedepankan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik, tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya. Salah satu prinsip moral yang sering digunakan adalah *golden rules* yang mengajarkan agar seseorang atau suatu pihak memperlakukan orang lain sama seperti apa yang mereka ingin diperlakukan. Dengan begitu, perusahaan yang bekerja dengan mengedepankan prinsip moral dan etis akan memberikan manfaat terbesar bagi masyarakat².

Belakangan melalui Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Pemerintah memasukkan pengaturan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan kedalam Undang-Undang Perseroan Terbatas. yang mengharuskan perseroan untuk melaksanakan CSR. Salah satu aturan Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan CSR dalam bidang lingkungan³.

Permasalahan-permasalahan sosial yang dihadapi oleh perusahaan di Indonesia juga terjadi karena lemahnya penegakan peraturan tentang tanggung

¹ Mas Ahmad Daniri, Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

² Sambutan Menteri Negara Lingkungan Hidup pada Smeinar Sehari "A promises of Gold Rating : Sustainable CSR" diambil dari www.menlh.go.i

³ Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106, pasal 74 (1) (UUPT)

jawab sosial perusahaan, misalnya tentang aturan ketenaga kerjaan, pencemaran lingkungan, pertimbangan bagi hasil suatu industri dalam era otonomi daerah (Eka, 2011). Selain itu, dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (revisi 2009) perusahaan masih bersifat sukarela dalam mengungkapkan CSR kepada publik melalui laporan tahunan perusahaan.

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (revisi 2009)⁴ secara jelas menyampaikan saran untuk mengungkapkan bentuk tanggung jawab atas masalah sosial, yaitu sebagai berikut: *“Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (value added statement), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan”*.

Menurut Rendra (2013)⁵ dalam tulisannya, CSR sebenarnya sudah lama dibicarakan diberbagai negara maju. Hal tersebut akhir-akhir ini juga menjadi aktual di Indonesia karena banyak kita jumpai kegiatan-kegiatan bisnis perusahaan yang bersifat “merusak”, baik dilihat dari sudut pandang etika, moral maupun pertanggung jawaban sosial. Motto umumnya perusahaan yang menghalalkan segala cara untuk mencapai target penjualan sebesar-besarnya

⁴Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (revisi 2009) paragraf 12

⁵<http://ekonomi.kompasiana.com/marketing/2013/01/05/meng-integrasikan-corporate-social-responsibility-csr-dalam-strategi-pemasaran-perusahaan-516567.html>

sering menyebabkan perusahaan mengabaikan kepentingan masyarakat yang lebih besar.

Berbagai reaksi kemudian bermunculan jika terjadi “malpraktek” yang berdampak negatif ke lingkungannya (baik lingkungan internal terhadap karyawan misalnya, maupun lingkungan eksternal yaitu masyarakat).

Akhir-akhir ini, meskipun Pemerintah telah membuat berbagai regulasi dan aturan mengenai CSR ini, namun faktanya sering kali dengan berbagai alasan, regulasi tersebut tidak berjalan secara efektif. Iklan-iklan yang mengabaikan norma masyarakat (dan juga kesehatan) tetap gencar ditayangkan di televisi dan media lainnya. Untuk tujuan penanaman *brand image* berbagai cara dilakukan. Konser musik yang membagi-bagikan minuman keras, iklan rokok yang memancing gaya hidup tidak sehat terus dikumandangkan, iklan minuman dalam kemasan dan makanan yang dapat langsung dikonsumsi secara instan, monitor komputer yang mengabaikan kerusakan mata terus diperjualbelikan, acara-acara kuis berhadiah yang mengajarkan gaya hidup instan (*instant culture*), semakin membanjiri ruang rumah keluarga.

Iklan dan promosi seperti itu sering sekali memberi dampak sosial yang cukup serius di alam bawah sadar masyarakat konsumennya. Masyarakat konsumen dan pemirsa seringkali merasa terhibur dan terlena dengan sajian acara dan produk-produk konsumerisme tersebut tanpa menyadari efek negatif yang menyertainya, baik karena ketidak tahuan masyarakat itu sendiri maupun

karena kecanggihan rekayasa pemasaran perusahaan dewasa ini.

Inilah salah satu sebab di berbagai Negara maju, setiap perusahaan diwajibkan memiliki konsep CSR yang jelas dan mengimplementasikannya secara sistematis. Di Indonesia, umumnya konsep CSR masih setengah hati dilakukan, karena kegiatan-kegiatannya menyerap dana yg cukup besar dan sering dianggap sebagai “beban/*expense*” yang sia-sia yang harus diikuti karena telah menjadi kebijakan pemerintah. Sebenarnya dengan cara-cara tertentu, CSR bisa juga member manfaat bagi perusahaan (menjadi kegiatan *Value-added activities*) melalui salah satu elemen jalur *Promotion Mix* yang disebut dengan Publikasi.

Kinerja keuangan perusahaan merupakan hasil dari banyak keputusan individual yang dibuat secara terus menerus oleh manajemen. Penilaian atas kinerja keuangan suatu perusahaan dapat dilakukan dengan menganalisis laporan keuangannya. Laporan keuangan memberikan banyak informasi kepada pemegang saham dan masyarakat umum tentang usaha suatu perusahaan. Laporan keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan harus memuat informasi keuangan yang dapat digunakan untuk mengambil keputusan tentang perusahaan tersebut. Pihak-pihak yang berkepentingan terhadap informasi keuangan suatu entitas secara umum dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok. Pertama adalah pihak internal perusahaan dan kedua adalah pihak eksternal seperti kreditur, investor, pemasok, pemerintah serta masyarakat.

Keberhasilan suatu perusahaan biasanya ditandai dengan kinerja keuangan yang positif baik dari segi pencapaian laba dan pertumbuhan perusahaan tersebut, namun ada hal lain yang tak kalah pentingnya menandai keberhasilan suatu perusahaan yaitu keberlangsungan (sustainability).

Kunci utama pencapaian keberlangsungan adalah penerimaan publik akan kehadiran perusahaan. Perusahaan, khususnya perusahaan besar memiliki dampak yang besar bagi masyarakat baik positif maupun negatif dari mulai kegiatan operasionalnya hingga produk yang dihasilkan maka dari itu, sudah semestinya perusahaan melaksanakan CSR atas pencapaian laba dan pertumbuhan perusahaan tersebut. Dewasa ini, masyarakat sekarang lebih pintar dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi. Masyarakat cenderung untuk memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan atau melaksanakan CSR.

Dalam pengambilan keputusan investasi, investor seringkali melihat besar kecilnya perusahaan dan melakukan penilaian terhadap kinerja keuangan perusahaan tersebut. Dalam pernyataan (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Aprilia, 2008) Ukuran perusahaan menggambarkan besar atau kecilnya sebuah perusahaan, yang dapat diukur dengan mengetahui total aktiva yang dimiliki perusahaan. Perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar daripada perusahaan kecil. Menurut Healy dan Palepu (2001), salah satu cara untuk mengurangi biaya agensi adalah dengan melakukan lebih banyak pengungkapan informasi. Perusahaan besar umumnya lebih banyak mendapat

sorotan publik. Hal ini dikarenakan, perusahaan besar memiliki kegiatan usaha yang lebih kompleks dan mungkin menimbulkan dampak yang lebih besar bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Oleh karena itu, perusahaan besar dituntut untuk mengungkapkan informasi lebih luas sebagai bentuk pertanggung jawabannya daripada perusahaan kecil.

Penilaian terhadap kinerja keuangan antara lain dapat dilihat dari kemampuan perusahaan menghasilkan laba (profit). Rasio profitabilitas menggambarkan keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba bagi perusahaan. Berdasarkan teori signal, rasio profitabilitas dipertimbangkan sebagai indikator dari kualitas investasi. Pihak manajemen terpacu untuk mengungkapkan informasi untuk mengurangi risiko pandangan negatif pasar terhadap kualitas investasi, sehingga dapat membantu perusahaan dalam memperoleh dana dengan biaya yang rendah dan menghindari terjadinya penurunan harga saham. Menurut Singvi dan Desai (1971) dalam Anita (2012)⁶, rentabilitas ekonomi dan profit margin yang tinggi akan mendorong para manajer untuk memberikan informasi yang lebih rinci untuk menggambarkan kemampuan memaksimalkan nilai pemegang saham dan meningkatkan kompensasi manajemen.

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Perusahaan yang

⁶ Anita Yolanda Suta, Herry Laksito, Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi luas pengungkapan informasi sukarela laporan tahunan. 2012

mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Tingkat *leverage* perusahaan, dengan demikian menggambarkan risiko keuangan perusahaan. (Rismanda, 2003)⁷. Tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial.

Menurut Burton, dkk (2000) dalam (Almilia dan Devi, 2007)⁸ juga mengatakan tingkat likuiditas yang tinggi akan menunjukkan kuatnya kondisi keuangan perusahaan. Perusahaan yang mampu memenuhi kewajiban keuangannya tepat waktu, berarti perusahaan tersebut dalam keadaan likuid dan mempunyai aktiva lancar lebih besar daripada hutang lancar. Sehingga, perusahaan yang memiliki likuiditas yang tinggi akan cenderung untuk melakukan pengungkapan yang lebih, sebagai instrumennya untuk meyakinkan para stakeholder-nya.

Pada penelitian terdahulu banyak peneliti yang membahas mengenai permasalahan yang disampaikan penulis, diantaranya adalah, Sembiring (2005) dan Nofandrilla (2008) menemukan pengaruh yang signifikan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun,

⁷Eddy Rismanda Sembiring. 2003. "Kinerja Keuangan, Political Visibility, Ketergantungan pada hutang, dan tanggung jawab sosial Perusahaan". Proceedings Simposium Nasional Akuntansi VI, hal 249 – 277

⁸ Luciana Spica Almilia dan Vieka Devi. 2007. "faktor-faktor yang mempengaruhi prediksi peringkat Obligasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek jakarta.

hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) dan Roberts (1992) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Gray et al (2001) menyatakan bahwa profit berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Bertentangan dengan itu, Patten (1991), Hackston and Milne (1996), Sembiring (2003) menyatakan bahwa profit tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. beberapa penelitian lainnya menunjukkan adanya hubungan yang tidak signifikan antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR (Fr.Reni 2006 dan Lidya 2011).

Hubungan antara *leverage* dan pengungkapan CSR juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan Jayanti (2011) menemukan hubungan yang positif antara *leverage* terhadap pengungkapan sosial. Akan tetapi beberapa penelitian lain menunjukkan adanya hubungan yang tidak signifikan antara *leverage* dengan pengungkapan CSR (Ardilla, 2011) dan Fr. Reni (2006). Penelitian yang dilakukan oleh Hari Suryono, (2011) menunjukkan tingkat likuiditas suatu perusahaan berhubungan positif dengan pengungkapan *sustainability report* yang dilakukan oleh suatu perusahaan.

Dari fenomena-fenomena yang terjadi dan dari hasil penelitian terdahulu terdapat beberapa variabel yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR masih menunjukkan hasil yang berbeda. Berdasarkan hal tersebut diatas peneliti memiliki motivasi untuk melakukan penelitian ini, akan tetapi yang akan

membedakan penelitian ini dengan penelitiannya lainnya adalah populasi dan sampel yang akan digunakan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan industri Food and Beverage.

Berdasarkan dengan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penelitian ini diberi judul **“PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*) PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR INDUSTRI *FOOD AND BEVERAGE* YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2010-2012”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis dapat mengidentifikasi masalah yang terjadi, antara lain

1. Masih kurang terkoordinasinya pengaturan mengenai CSR di Indonesia. Di Indonesia, peraturan mengenai CSR menjadi multi-interpretasi karena adanya perbedaan cara pandang masing-masing pemangku kepentingan.
2. Program CSR belum bergulir sebagai mana mestinya, mengingat masyarakat belum mengerti apa itu program CSR. Apa saja yang dapat dilakukannya? Bagaimana dapat berkolaborasi dengan prosedur perusahaan.
3. Banyak kalangan, khususnya buruh, tidak mempercayai bahwa perusahaan tidak sungguh-sungguh dalam menerapkan CSR.

4. Belum terdapat standar mengenai seberapa banyak Corporate Social Responsibility yang harus diungkap.
5. Dampak dari belum diwajibkannya pengungkapan CSR sesuai PSAK No 1 (revisi 2009) paragraf 12 menimbulkan praktik pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat *voluntary* (sukarela), *unaudited* (belum diaudit), dan *unregulated* (tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu).

C. Pembatasan Masalah

1. Variabel independen yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu berupa ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan likuiditas.
2. Penelitian ini hanya mengambil sampel yang diambil dari perusahaan industri *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Periode penelitian yang dilakukan adalah tahun 2010-2012

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah model penelitian dapat diterima?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada industri *Food and Beverage*?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada industri *Food and Beverage*?
4. Apakah *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial

perusahaan pada industri *Food and Beverage*?

5. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada industri *Food and Beverage*?

E. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Apakah model penelitian dapat diterima.
2. Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada industri *Food and Beverage*.
3. Untuk mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada industri *Food and Beverage*.
4. Untuk mengetahui apakah *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada industri *Food and Beverage*.
5. Untuk mengetahui apakah likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada industri *Food and Beverage*.

F. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Perusahaan / Manajemen
Dapat memberikan informasi sebagai referensi untuk pengambilan

kebijakan oleh manajemen perusahaan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan keuangan yang disajikan.

2. Bagi Penulis

Memberikan pengetahuan tentang pengaruh kinerja keuangan terhadap pengungkapan tanggung jawab social perusahaan pada bisnis yang akan atau sedang dijalani.

3. Bagi Pihak Lain

Sebagai sarana informasi mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan keuangan yang disajikan.

4. Bagi Calon Investor dan Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang laporan keuangan tahunan sehingga dijadikan sebagai acuan untuk pembuatan keputusan investasi.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menerangkan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini penulis menerangkan mengenai pengertian Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, dan Ukuran perusahaan dan

pengertian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini penulis menerangkan mengenai jenis data, metode pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan metode analisis data

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang sejarah singkat serta visi dan misi perusahaan manufaktur industri *food and beverage*.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil dan pembahasan penelitian yang berisi tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, interpretasi hasil dan argumentasi terhadap hasil penelitian.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan serta saran untuk penelitian selanjutnya.