

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Fenomena yang sedang berkembang dewasa ini menuntut perubahan tatanan kehidupan baru dalam berbagai bidang politik, ekonomi dan sosial budaya. Kecenderungan tersebut terus menjadi agenda perubahan besar masyarakat dan memunculkan berbagai opini dalam sistem sosial kemasyarakatan, yang mengharapkan dan memberi peluang untuk mewujudkan kesejahteraan bersama yang berkelanjutan (*sustainable development*).

Pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) menghendaki adanya hubungan yang harmonis antara *stakeholders* yaitu pemerintah, dunia usaha dan masyarakat. Dunia usaha sebagai salah satu *stakeholders* memegang peranan yang cukup penting dalam sistem ekonomi baik lokal, nasional maupun pada tingkat global, karena berpotensi dalam hal modal (*capital*) dan sumber daya manusia. Partisipasi dunia usaha dalam pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) adalah dengan mengembangkan program kepedulian kepada masyarakat disekitarnya yang disebut tanggung jawab sosial perusahaan / *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Saat ini perkembangan dunia bisnis telah sampai pada tahapan global yang sangat terbuka dengan dinamika perubahan yang ketat. Ketika perusahaan semakin berkembang, pada saat itu pula tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan semakin tinggi yang disebabkan eksploitasi perusahaan secara tidak terkendali terhadap berbagai sumber daya untuk meningkatkan laba yang dapat mengganggu keseimbangan kehidupan. Kondisi keuangan saja tidak cukup untuk menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Keberlanjutan perusahaan (*corporate sustainability*) hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Dengan perubahan masyarakat yang semakin kritis dan mampu melakukan kontrol sosial sehingga memunculkan kesadaran baru tentang pentingnya melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau yang dikenal dengan tanggungjawab sosial perusahaan.

Di Indonesia, kegiatan tanggungjawab sosial perusahaan menjadi suatu kewajiban diatur dalam Undang-undang No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) resmi ditetapkan pada 16 Agustus 2007. Dalam pasal 74 UUPT tersebut secara jelas dipaparkan keharusan membuat laporan tahunan tentang pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Bagi perusahaan terbuka atau *go public*, laporan tanggungjawab sosial perusahaan harus dipublikasikan kepada masyarakat luas, Adapun perusahaan yang belum *go public*, laporan tanggungjawab sosial perusahaan tetap harus dilaporkan walaupun hanya terbatas pada pihak-pihak terkait, seperti regulator dan para

pemegang saham. Berdasarkan UU no. 40 / 2007 mengungkapkan tanggungjawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan bersifat wajib (*mandatory disclosure*). Berdasarkan Bapepam no. 134 / BL / 2006 tanggal 7 Desember 2006 yang mengharuskan bagi perusahaan-perusahaan yang mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk mengungkapkan uraian mengenai aktivitas dan biaya yang dikeluarkan berkaitan dengan tanggungjawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan.

Dalam situasi ini, *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu keharusan untuk meminimalisir berbagai dampak negatif tersebut dalam membentuk suatu perusahaan yang tangguh dan berkelanjutan. Pemikiran yang melandasi CSR yang sering dianggap inti dari etika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban diatas. Tanggung jawab sosial dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk di dalamnya adalah pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, pemasok bahkan juga kompetitor.

Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal ( investor dan kreditor) tetapi juga karyawan,

konsumen serta masyarakat. Perusahaan memiliki tanggung jawab sosial terhadap pihak – pihak di luar manajemen dan pemilik modal.

Kesadaran *stakeholder* akan pentingnya pembangunan berkelanjutan yang dilakukan oleh perusahaan mendorong perusahaan untuk mengungkapkan praktik-praktik atau kegiatan CSR yang dilakukan. Lebih lanjut lagi, menurut Deegan dan Gordon (1996) dalam Jose dan Lee (2006) bahwa tekanan *stakeholder* terhadap perusahaan untuk dapat secara efektif menjalankan kegiatan lingkungannya serta tuntutan agar perusahaan menjadi akuntabel juga menyebabkan meningkatnya perusahaan yang melakukan pengungkapan lingkungan.

Faktor lain yang diduga mempengaruhi pengungkapan CSR adalah profitabilitas. Hubungan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR menurut Bowman dan Haire (1976) dalam Heckston dan Milne (1996) bahwa kepekaan sosial membutuhkan gaya managerial yang sama sebagaimana yang diperlukan untuk dapat membuat perusahaan menguntungkan (*profitable*). Penelitian yang dilakukan oleh Bowman dan Haire (1976) serta Preston (1978) dalam Hackston dan Milne (1996) mendukung hubungan profitabilitas dengan pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian yang dilakukan Hackston dan Milne (1996) dan Belkaoui dan Karpik (1989) melaporkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Ukuran perusahaan juga merupakan variabel yang banyak digunakan dalam penelitian CSR. Perusahaan besar yang memiliki sistem informasi

pelaporan yang lebih baik akan cenderung memiliki sumberdaya untuk menghasilkan lebih banyak informasi dan biaya untuk menghasilkan informasi tersebut lebih rendah dan perusahaan besar memiliki insentif untuk menyajikan pengungkapan sukarela, karena perusahaan besar dihadapkan pada biaya dan tekanan politik yang lebih tinggi (Almilia, 2008). Febrina dan Agung (2011), Sembiring (2005) membuktikan adanya pengaruh ukuran terhadap pengungkapan CSR. Tetapi, Arief dan Kurnia(2008) membuktikan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

*Leverage* juga merupakan variabel yang memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Short et al., (1999) dalam Nur Sayidah dan Diryah Pujiati (2008) menyatakan selain dana dari pemegang saham, manajer perusahaan juga mengelola dana dari kreditur. Konflik kepentingan antara manajer dan kreditur terjadi dalam hal kebijakan hutang. Anggraini (2006) membuktikan *leverage* memiliki pengaruh terhadap CSR.

CSR sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tanggung jawab perusahaan juga harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini *bottom lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*).

Tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan yang semakin bagus, semakin memaksa perusahaan untuk dapat memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi.

Praktik pengungkapan CSR telah banyak diterapkan oleh perusahaan publik di Indonesia. Pada laporan tahunannya, perusahaan telah menyebutkan aspek pertanggungjawaban sosial walaupun dalam bentuk yang relatif sederhana. Meskipun dalam laporan tahunan tersebut belum mendetail, itikad baik perusahaan ini perlu untuk dapat mendapatkan apresiasi, setidaknya perusahaan telah menyadari pentingnya informasi yang terkait dengan CSR.

Eipstein & Freedman (1994) menemukan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan keuangan. Informasi tersebut berupa keamanan dan kualitas produk serta aktivitas lingkungan. Selain itu mereka menginginkan informasi mengenai etika, hubungan dengan karyawan dan masyarakat.

Berdasarkan contoh kasus dari PT. Astra Daihatsu Motor, yang merupakan perusahaan otomotif yang memproduksi mobil terbesar di Indonesia, dimana tempat perakitan dan pengecatan dilakukan sangat dekat dengan pemukiman masyarakat yang sebagian besar merusak sistem

lingkungan masyarakat setempat. Penelitian ini mencoba untuk mengetahui sejauh mana perusahaan menunjukkan tanggung jawabnya terhadap kepentingan sosial dengan memberikan informasi sosial. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti ingin membuktikan secara empiris apakah pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan CSR .

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti akan membahas penelitian ini dengan judul :

**“PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PADA PERUSAHAAN OTOMOTIF YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2010 – 2012”**

## **B. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah yang terjadi, antara lain:

- a. Bagaimanakah perusahaan melakukan pertanggungjawaban sosial agar dapat meningkatkan kepercayaan investor, karyawan, konsumen serta masyarakat
- b. Seberapa besar pengaruh Ukuran perusahaan, Profitabilitas dan Leverage dalam penerapan Corporate Social Responsibility.

## **2. Pembatasan Masalah**

- a. Perusahaan yang telah *go public* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- b. Periode pengamatan dalam penelitian ini adalah dari 2010 sampai dengan 2012.
- c. Data yang digunakan hanya terbatas pada data sekunder yang disajikan dalam laporan tahunan yang dipublikasikan oleh perusahaan.
- d. Faktor-faktor yang diteliti dalam penelitian *Corporate Social Responsibility* ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* perusahaan.

Peneliti menggunakan data-data tersebut karena dianggap bahwa data dalam Bursa Efek Indonesia telah mewakili secara mayoritas terhadap perusahaan-perusahaan besar di Indonesia dan periode pengamatan dilakukan sesuai tahun tersebut karena dianggap kinerja Bursa Efek Indonesia cukup stabil.

## **C. Perumusan Masalah**

Masalah – masalah penelitian yang dapat dirumuskan berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, sebagai berikut :

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social responsibility* (CSR) ?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social responsibility* (CSR) ?

3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social responsibility* (CSR) ?
4. Apakah ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social responsibility* (CSR) ?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti secara empiris terhadap hal-hal tersebut diatas, antara lain :

1. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan Otomotif di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010 - 2012.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan Otomotif di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010 - 2012..
3. Untuk mengetahui pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan Otomotif di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010 – 2012.
4. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan *Leverage* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan Otomotif di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010 - 2012.

## **E. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca sehingga lebih memahami peranan masing-masing dalam suatu perusahaan.

Kegunaan penelitian :

1. Bagi penulis :

Diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai *Corporate Social Responsibility* serta mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi CSR dalam kinerja keuangan perusahaan.

2. Bagi Perusahaan :

Diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam merumuskan kebijakan serta tindakan yang dapat mengembangkan kinerja perusahaan.

3. Bagi Pihak lain :

Penelitian ini berguna untuk memberikan wacana serta sumbang pikiran yang sekiranya dapat berguna bagi pembaca mengenai *Corporate Social Responsibility*.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Sistematika ini bertujuan untuk dapat memberikan gambaran secara garis besar mengenai penelitian ini sehingga dapat memberikan informasi dari setiap babnya.

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang, identifikasi dan pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini, kegunaan penelitian serta sistematika pembahasan yang dilakukan dalam skripsi ini.

## **BAB II : LANDASAN TEORITIS**

Dalam bab ini akan dibahas mengenai landasan teori yaitu dasar dasar permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, Penelitian terdahulu yang dijadikan dasar dalam penelitian ini, kerangka pemikiran yang menjelaskan hubungan antar variabel, pengembangan Hipotesis yaitu dengan cara mengasumsikan hasil hipotesis tersebut.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini mencakup variabel penelitian yang menjelaskan seputar penggunaan variabel – variabel penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berupa sumber data, tehnik pengumpulan data, metode analisis yang mencakup uji asumsi klasik.

**BAB IV : TINJAUAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Dalam bab ini membahas mengenai tempat penelitian yang dilakukan yaitu, Perusahaan Otomotif yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dimana akan di ambil beberapa sampel perusahaan tersebut untuk dijadikan bahan dalam penelitian ini

**BAB V : HASIL DAN ANALISIS**

Dalam bab ini mencakup mengenai deskripsi objek penelitian mengenai gambaran umum perusahaan berdasarkan laporan keuangan perusahaan selama periode yang telah ditetapkan sebagai penelitian. Data – data yang diperoleh dikumpulkan berdasarkan metode yang berpedoman pada landasan teori.

**BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini menyajikan kesimpulan dari penelitian berupa penjelasan secara singkat, dan dari kesimpulan yang di dapat diperoleh saran – saran yang bermanfaat bagi kinerja perusahaan di masa yang akan datang.

