

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Memperoleh laba merupakan salah satu tujuan yang ingin dicapai oleh semua perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan para pemegang sahamnya (*shareholder*). Perusahaan berusaha memperoleh laba semaksimal mungkin melalui kegiatan ekonominya tanpa mempedulikan dampak yang ditimbulkan dari kegiatan yang dilakukan perusahaan tersebut, setiap kegiatan operasional yang dilakukan perusahaan akan selalu berimbas ke masyarakat sekitar perusahaan atau komunitas perusahaan baik itu secara langsung maupun tidak langsung, maka dari itu perusahaan harus memiliki tanggung jawab sosial terhadap masyarakat sekitar perusahaan agar perusahaan selalu didukung sehingga perusahaan dapat terus beroperasi dengan lancar. Desakan yang semakin tinggi dari masyarakat agar perusahaan tidak menjadi entitas yang arogan, dan mendorong banyak perusahaan-perusahaan di Indonesia untuk melakukan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan, atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya bagi kepedulian sosial maupun tanggung jawab lingkungan dengan tidak mengabaikan kemampuan dari perusahaan (Untung, 2014:3).

Masih banyak perusahaan tidak mau menjalankan program-program *Corporate Social Responsibility* karena melihat hal tersebut hanya sebagai pengeluaran biaya (*cost center*). *Corporate Social Responsibility* tidak memberikan hasil secara keuangan dalam jangka pendek (Vicenovie, 2016:103). Namun banyak perusahaan juga menganggap kegiatan *Corporate Social Responsibility* sebagai kebutuhan bagi perusahaan. Apabila kegiatan *Corporate Social Responsibility* dirancang dan diterapkan dengan benar maka *Corporate Social Responsibility* akan menjadi investasi sosial jangka panjang yang berguna, baik untuk meningkatkan citra perusahaan di mata publik dan investor maupun sebagai strategi bisnis dan pengendalian sosial (*Social Risk Management*) perusahaan dan dapat dikatakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* dapat bermanfaat bagi publik internal maupun publik eksternal (Vicenovie, 2016:102).

Sifat *Corporate Social Responsibility* yang ada di Indonesia pada mulanya bersifat sukarela (*voluntary*), namun sekarang menjadi wajib (*mandatory*) bagi perusahaan-perusahaan untuk menjalankan program *Corporate Social Responsibility*. Dan tidak ada alasan bagi perusahaan untuk tidak melaksanakan prinsip *Corporate Social Responsibility* dalam aktivitas usahanya (Vicenovie, 2016:101). Kewajiban perusahaan dalam menerapkan tanggung jawab sosial diatur dalam Undang – Undang Nomor 40 Tahun 2007. Pasal 74 Undang – Undang Perseroan Terbatas dimana merupakan sebuah kewajiban untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan

bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam. Tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memerhatikan kepatutan dan kewajaran. Dengan peraturan ini, perusahaan khususnya perseroan terbatas yang bergerak di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam diwajibkan melaksanakan tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Secara spesifik pengaturan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Permasalahan-permasalahan sosial yang dihadapi oleh perusahaan di Indonesia juga terjadi karena lemahnya penegakan peraturan tentang tanggung jawab sosial perusahaan, misalnya tentang aturan ketenagakerjaan, pencemaran lingkungan, perimbangan bagi hasil suatu industri dalam era otonomi daerah. Dimana perusahaan yang sering bermasalah terhadap *Corporate Social Responsibility* adalah perusahaan pertambangan yang dikenal sebagai perusahaan yang sensitif terhadap dampak pencemaran lingkungan.

Program pemberdayaan dan pemeliharaan lingkungan dan masyarakat sangat penting untuk perusahaan pertambangan. Namun, masih sedikit perusahaan pertambangan di Indonesia yang sadar dan serius melakukan program *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Seperti pernyataan yang dikutip dari berita online ditulis oleh Suparman yaitu sebagai berikut:

“Aktivis dari Lingkar Studi CSR Jalal menjelaskan, dari ribuan perusahaan tambang yang beroperasi di Indonesia, hanya sekitar 10 perusahaan yang secara serius dan berkelanjutan menjalankan program CSR. Menurutnya, perusahaan tambang di Indonesia yang kebanyakan adalah perusahaan kecil dan sedang. Kepedulian mereka akan lingkungan khususnya dalam menjalankan program CSR sangat rendah”. (Sumber: <http://finance.detik.com>).

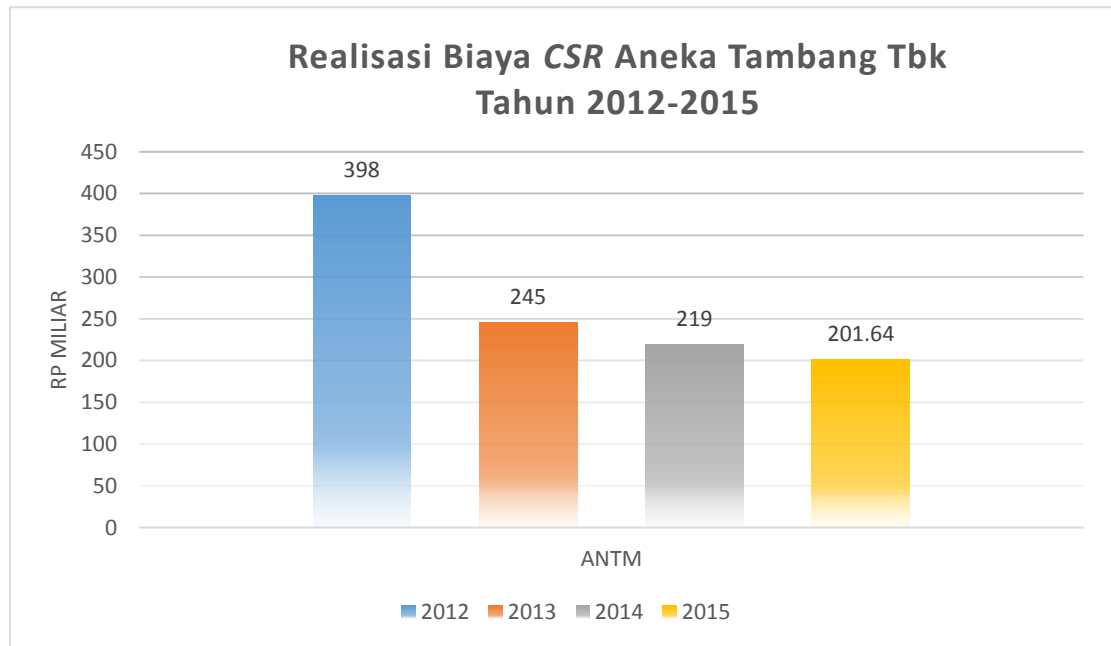
Selain itu permasalahan mengenai *Corporate Social Responsibility* juga terjadi di perusahaan pertambangan yang berada di Sulawesi Tenggara seperti yang di kutip dalam berita online ditulis oleh Laode Masrafi sebagai berikut ini :

“Abdurahman Saleh selaku ketua DPRD Sulawesi Tenggara mengaku, setiap saat selalu menerima aksi di DPRD terkait persoalan pertambangan yang menunjukkan bahwa banyak terjadi permasalahan dan tidak sinerginya antara pengembang perusahaan dengan masyarakat setempat. Banyak permasalahan yang terjadi dalam wilayah pertambangan sehingga memicu adanya aksi, komisi terkait akan melakukan kunjungan ke setiap perusahaan tambang tersebut”. (Sumber: <http://www.antarasultra.com>).

Seperti yang terjadi di Indonesia banyak perusahaan yang mengabaikan melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility*, pada saat krisis terjadi di perusahaan, masyarakat sekitar tidak memberikan dukungan terhadap perusahaan bahkan dapat menambah permasalahan baru bagi perusahaan (Vicenovie, 2016:103). Sebagai contoh perusahaan bermasalah dengan masyarakat sekitar adalah PT Freeport dengan masyarakat suku Papua. PT Freeport adalah perusahaan raksasa yang sangat menguntungkan namun PT Freeport melanggar peraturan perundang-undangan mengenai lingkungan hidup. Keberadaan tambang emas terbesar didunia yang berada

di Papua ini sama sekali tidak memberi keuntungan bagi masyarakat sekitar Papua. Freeport sebagai pengelola hanya menyuap masyarakat dengan dana *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau dana bantuan dan bina lingkungannya hanya 1% dari keuntungan bersih yaitu sekitar Rp 1,61 triliun dari laba yang diperoleh sebesar Rp 161 triliun setiap tahunnya. Jika dikonversikan dengan dasyatnya kerusakan lingkungan yang ditimbulkan akibat eksplorasi selama puluhan tahun itu, nilai kontribusi Freeport untuk Negara dan Papua menjadi sangat kecil. Masalah terbesar adalah bahwa implementasi dana *Corporate Social Responsibility (CSR)* tersebut belum sepenuhnya memenuhi aturan-aturan, program-program pengembangan masyarakat dan belum menyentuh permasalahan mendasar yang dihadapi oleh masyarakat Papua. Ini artinya bahwa perusahaan belum mampu merealisasikan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan baik (Sumber: Sindo.com). Menurut anggota Komisi VIII DPR dana *Corporate Social Responsibility (CSR)* wajib disisihkan minimal 5 persen dari laba. Selama ini, sejumlah perusahaan mengeluarkan anggaran *Corporate Social Responsibility (CSR)* mulai 1 sampai 4 persen dari laba yang sudah diraih.

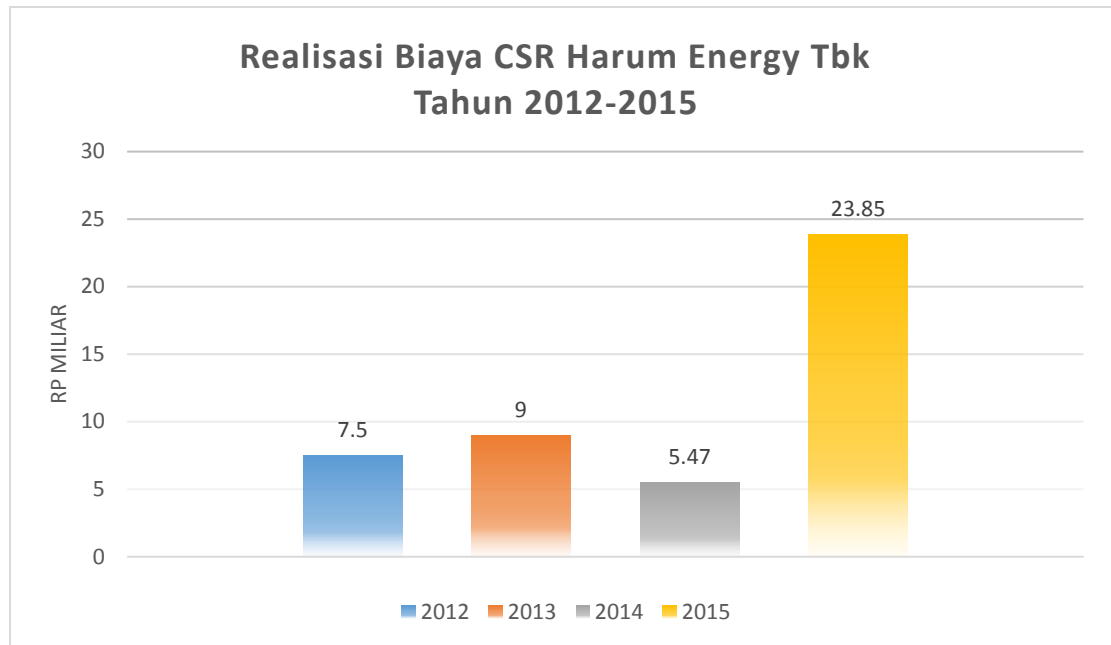
Untuk lebih spesifik, berikut merupakan realisasi biaya *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada dua perusahaan pertambangan. Penulis mengambil contoh perusahaan Aneka Tambang Tbk dan Harum Energy Tbk.



Sumber: Annual Report

Gambar 1.1
Realisasi Biaya CSR Aneka Tambang Tbk Tahun 2012-2015

Gambar 1.1 merupakan realisasi biaya untuk melakukan program *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Aneka Tambang Tbk yang terdiri dari dana Pengembangan Masyarakat, Program Kemitraan, Bina Lingkungan, serta Lingkungan Hidup. Berdasarkan gambar 1.1 realisasi biaya *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Aneka Tambag Tbk mengalami penurunan di setiap tahunnya.



Sumber: Annual Report

Gambar 1.2
Realisasi Biaya CSR Harum Energy Tbk Tahun 2012-2015

Berdasarkan gambar 1.2 realisasi biaya CSR pada perusahaan Harum Energy Tbk tahun 2012-2015 mengalami fluktuatif yang cukup signifikan di tahun 2015.

Beragam penelitian terkait pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan telah banyak diteliti. Beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yaitu karakteristik perusahaan, didalamnya terdapat variabel profitabilitas, *leverage*, *media exposure*, *research and development*, *rentabilitas*, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan, dari aspek *Good corporate*

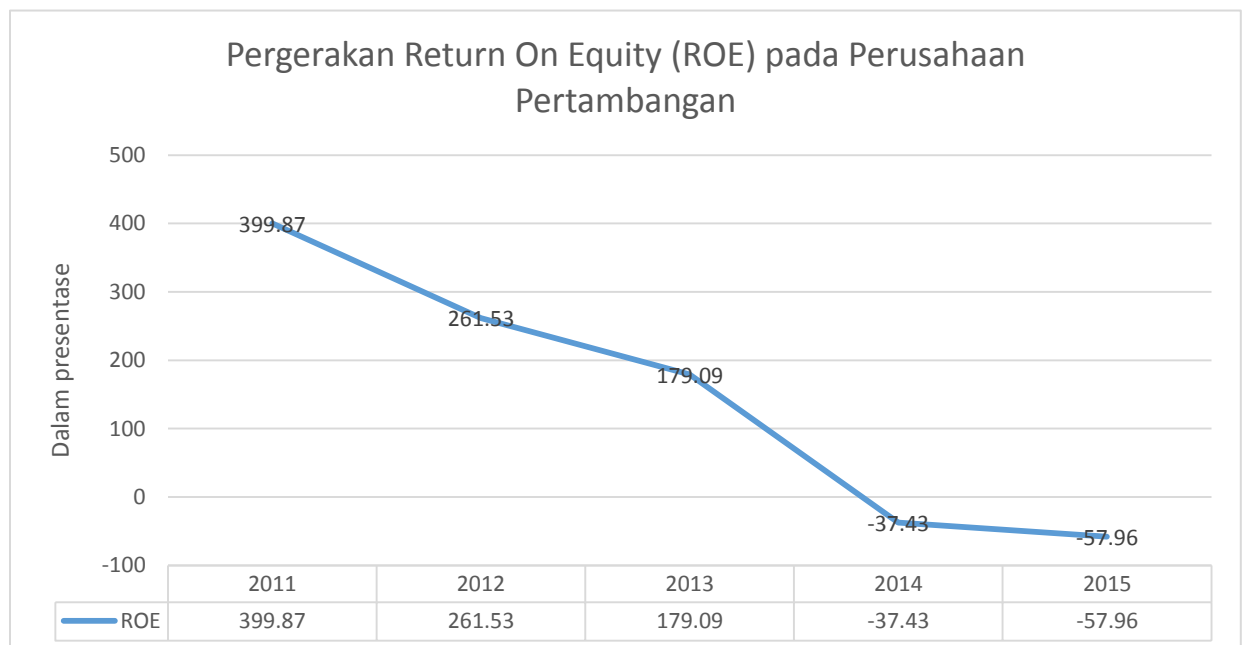
goverment perusahaan yaitu ukuran dewan komisaris, ukuran dewan direksi, jumlah rapat, kategori KAP, kepemilikan modal, kepemilikan asing dan jumlah komite audit. Dari beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, peneliti memilih dua variabel yaitu profitabilitas dan ukuran perusahaan.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (Prihadi, 2014:258). Profit yang tinggi sebagai akibat dari kepuasan konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki profit yang tinggi harus aktif melakukan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. Oleh karena itu, semakin besar profit yang dihasilkan perusahaan maka semakin besar pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Profitabilitas suatu perusahaan dapat diukur menggunakan rasio profitabilitas yang terdiri dari *Return On Assets (ROA)*, *Return On Equity (ROE)*, *Net Profit Margin (NPM)* (Margaretha, 2007:61). *Return On Assets (ROA)* adalah perbandingan antara laba bersih dengan total aset. Rasio ini menunjukkan berapa besar laba bersih diperoleh perusahaan bila diukur dari nilai asetnya (Riyanto, 2010:335). Menurut Harahap (2010:305) semakin besar rasionya semakin bagus karena perusahaan dianggap mampu dalam menggunakan aset yang dimilikinya secara efektif untuk menghasilkan laba. *Return On Equity (ROE)* adalah rasio yang memperlihatkan sejauh manakah

perusahaan mengelola modal sendiri (*net worth*) secara efektif, mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah dilakukan pemilik modal sendiri atau pemegang saham perusahaan (Sawir 2009:20). *ROE* merupakan rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur tingkat profitabilitas dari ekuitas. Semakin besar hasil *ROE* maka kinerja perusahaan semakin baik. *Net Profit Margin (NPM)* adalah mengukur tingkat keuntungan yang dapat dicapai oleh perusahaan dihubungkan dengan penjualannya (Munawir, 2010:89). Semakin tinggi *Net profit margin* semakin baik operasi atau penjualan dari suatu perusahaan.

Pergerakan *Return On Equity (ROE)* pada perusahaan pertambangan, sebagai berikut:



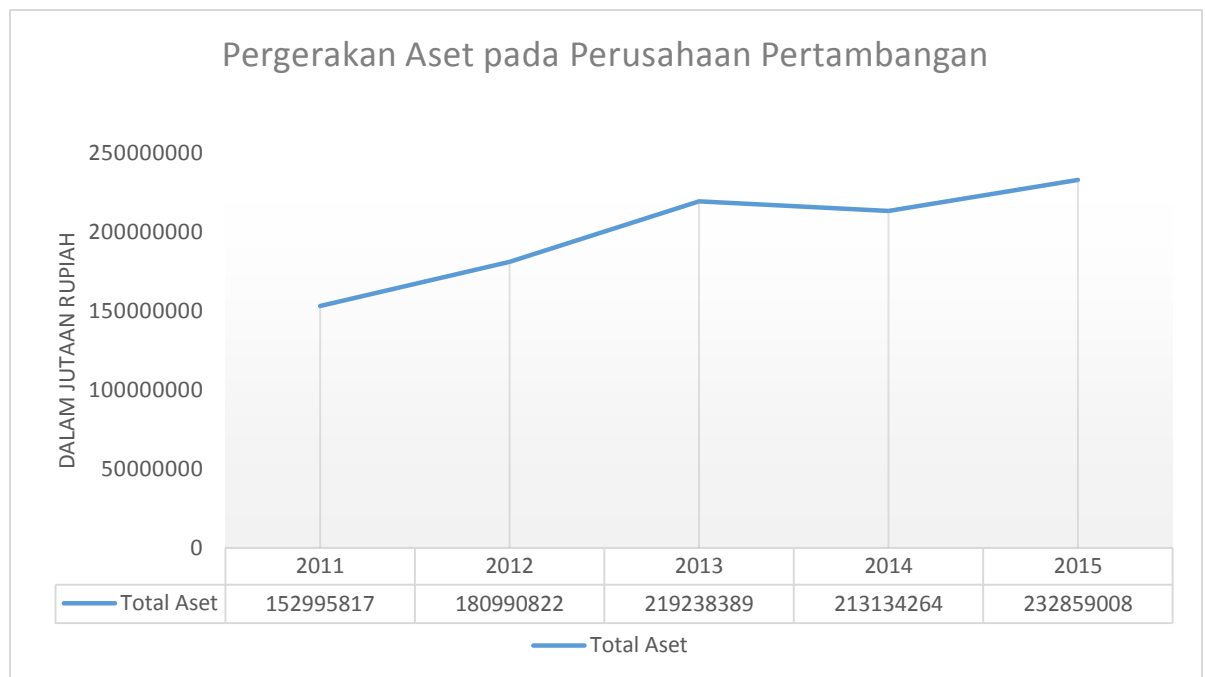
Gambar 1.3
Pergerakan Return On Equity (ROE) pada Perusahaan Pertambangan

Berdasarkan gambar 1.3 dapat di simpulkan bahwa pergerakan profitabilitas yang diukur dari *Retrun On Equity (ROE)* dari perusahaan pertambangan menunjukkan bahwa hasil setiap tahunnya terjadi fluktuatif atau disetiap tahunnya terjadi naik turun. Profitabilitas dengan hasil yang seperti ini bisa berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang akan dilakukan perusahaan karena jika profitabilitas disetiap tahunnya naik maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang akan dilakukan perusahaan juga akan semakin baik dan bagus. Tetapi jika profitabilitas terus menurun maka perusahaan akan berfikir dua kali untuk *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Penelitian atas pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Agustya Kurratul Aini (2015) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas perusahaan yang diukur dengan *Return on Equity (ROE)* berpengaruh signifikan (positif) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sementara hasil berbeda yang diteliti oleh Hasni Yusrianti dan Yordi Rizki Himawan dengan menggunakan rasio *Return On Equity (ROE)* yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan (negatif) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Ukuran perusahaan adalah skala perusahaan yang dilihat dari total aset atau aktiva perusahaan yang dikelompokkan menjadi perusahaan besar, sedang dan kecil. Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Perusahaan yang

besar biasanya memiliki aktivitas yang lebih banyak dan kompleks, mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki *shareholder* yang lebih banyak, serta mendapat perhatian lebih dari kalangan publik, maka perusahaan besar mendapatkan tekanan yang lebih untuk mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (Purwanto, 2011). Berikut merupakan pergerakan aset pada perusahaan pertambangan:



Gambar 1.4
Pergerakan Aset pada Perusahaan Pertambangan

Berdasarkan gambar 1.4 dapat disimpulkan bahwa pergerakan aset yang dimiliki perusahaan pertambangan menunjukkan bahwa hasil setiap tahunnya fluktuatif atau naik turun dengan hasil seperti ini bisa berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Penelitian atas pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh Maria Wijaya (2012) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan (positif) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Susilatri, Restu Agusti dan Deri Indrian (2011) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan (negatif) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Sampel dalam penelitian ini mengambil objek perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan pertambangan dipilih karena kegiatan bisnisnya bersentuhan langsung dengan pemanfaatan sumber daya alam yang berdampak langsung pada lingkungan dan masyarakat sekitar selain itu merujuk pada Undang-Undang No. 4 Tahun 2009 yang mengharuskan setiap perusahaan pertambangan melakukan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitar. Indonesia merupakan salah satu negara dengan kekayaan sumber daya alam yang melimpah, salah satunya adalah bahan tambang. Pertambangan menjadi salah satu sumber pendapatan negara terbesar dan tidak dapat dipungkiri lagi, industri pertambangan di Indonesia masih menjadi primadona utama bagi para investor untuk berinvestasi di dalamnya. Selain itu realisasi biaya *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan pertambangan masih mengalami kenaikan dan penurunan atau belum konsisten terhadap

pelaksanaannya serta di dalam profitabilitas dan ukuran perusahaan masih mengalami berfluktuatif di setiap tahunnya pada perusahaan pertambangan.

Berdasarkan latar belakang yang diungkapkan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (Studi Kasus Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Di BEI Periode 2011-2015)”**.

1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Belum konsistennya pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di setiap tahunnya pada perusahaan pertambangan.
2. Pergerakan profitabilitas (*Return On Equity*) dan total aset pada perusahaan pertambangan masih berfluktuatif yang menyebabkan berubah-ubahnya penilaian investor terhadap perusahaan tersebut.
3. Terdapat *research gap* atau masih beragamnya hasil mengenai penelitian pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

1.2.2. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang sesuai dengan tujuan yang akan ditetapkan maka dilakukan pembatasan terhadap ruang lingkup penelitian. Berdasarkan latar belakang serta identifikasi masalah yang telah dijelaskan maka pada penelitian ini digunakan tiga variabel sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya memasukan variabel Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan yang mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.
2. Penelitian ini menggunakan sampel pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama kurun waktu 5 tahun dari periode tahun 2011 – 2015.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitiannya yaitu sebagai berikut :

1. Apakah profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015?

2. Apakah profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* secara simultan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015.
2. Untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* secara parsial pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2011-2015.
3. Untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* secara

parsial pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2011-2015.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Bagi penulis penelitian ini dapat memacu minat dan keinginan untuk memahami tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan mengetahui manfaat dari pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

2. Bagi Perusahaan

Memberikan gambaran mengenai pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya kepada lingkungan sosial.

3. Bagi Investor

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang laporan keuangan dan laporan tanggung jawab sosial (seperti laporan keberlanjutan atau laporan lain sesuai aturan yang berlaku) kepada calon pemodal untuk dapat dijadikan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan investasi. Penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan

wacana kepada investor dalam hal pengambilan keputusan investasi untuk mempertimbangkan aspek tanggung jawab sosial, tidak hanya indikator keuangan semata.

4. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini dapat memberikan pandangan untuk membuat kebijakan mengenai kewajiban tanggung jawab sosial perusahaan untuk kepentingan bersama.

5. Bagi Masyarakat

Memberikan stimulus sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan. Selain itu, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.

