

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kegiatan bisnis terutama yang bergerak di bidang pemanfaatan sumber daya alam baik secara langsung maupun tidak langsung tentu memberikan dampak pada lingkungan sekitarnya seperti masalah-masalah polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Adanya dampak pada lingkungan tersebut mempengaruhi kesadaran masyarakat akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial atau yang dikenal dengan CSR (*corporate social responsibility*).

Pemikiran yang melandasi CSR yang sering dianggap inti dari etika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi (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.

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*. Disini

*bottom lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*).

Seluruh perusahaan di berbagai sektor bisnis sebagian besar mengklaim bahwa perusahaan mereka telah melaksanakan kewajiban sosialnya terhadap lingkungan sekitar perusahaan, oleh karena itu sebagian besar perusahaan tersebut melakukan pengungkapan CSR sebagai motivasi untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap pencapaian usaha dan perbaikan terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Seluruh perusahaan di Indonesia semakin dituntut untuk memberikan informasi yang transparan atas aktivitas sosialnya sehingga diperlukan pengungkapan CSR.

Pelaporan CSR sendiri bersifat sukarela dan tidak ada sanksi yang diberikan secara langsung oleh *stakeholder*. Disinilah letak pentingnya pengaturan CSR di Indonesia agar memiliki daya atur, daya ikat, dan daya dorong. CSR yang semula bersifat *voluntary* perlu ditingkatkan menjadi CSR yang lebih bersifat *mandatory*. Pasal 1 angka 3 Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas tampaknya menggunakan istilah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) sebagai terjemahan dari istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk konteks perusahaan dalam masyarakat Indonesian dan mengartikannya sebagai komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Perusahaan bertanggung jawab untuk menjamin bahwa kegiatan operasionalnya mampu menghasilkan barang dan atau jasa secara ekonomis, efisien, dan bermutu untuk kepuasan pelanggan disamping untuk memperoleh keuntungan. Perusahaan juga berkewajiban untuk mematuhi hukum dan seluruh peraturan perundang-undangan nasional dan daerah yang berlaku di dalam wilayah negara seperti misalnya mematuhi aturan hukum ketenagakerjaan, persaingan usaha yang sehat, perlindungan terhadap konsumen, perpajakan, pelaporan aktivitas perusahaan, dan seterusnya termasuk juga untuk mematuhi hak-hak asasi manusia dan asas pengelolaan lingkungan hidup yang baik dan berkelanjutan. Keberadaan regulasi dan kontrol dari pihak *stakeholder* diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap dunia usaha yang terukur dan sistematis dalam partisipasinya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebaliknya disisi lain, masyarakat juga tidak dapat seenaknya melakukan tuntutan kepada perusahaan apabila harapannya itu berada diluar batas aturan yang berlaku (Tanudjaja, 2009).

CSR merupakan suatu konsep terintegrasi yang menyelaraskan aspek bisnis dan sosial agar perusahaan dapat membantu tercapainya kesejahteraan *stakeholder* dan mencapai laba maksimum. Tanggung jawab sosial perusahaan itu dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan dalam interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan sosialnya, yang dapat dimuat dalam laporan tahunan atau laporan sosial terpisah (Guthrie dan Mathews dalam Sembiring, 2005).

Banyak faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR sebuah perusahaan, beberapa penelitian yang berkaitan dengan pengungkapan CSR seperti yang dilakukan oleh Fahrizqi (2010) terdapat empat faktor yang diduga mempengaruhi pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di BEI. Adapun faktor tersebut yaitu Ukuran Perusahaan, Profitabilitas (ROA), *Leverage* (DER), dan Ukuran Dewan Komisaris. Pian KS (2010) menyatakan bahwa terdapat enam faktor yang dianggap berpengaruh terhadap pengungkapan CSR yaitu Kepemilikan Saham Pemerintah, Kepemilikan Saham Asing, Regulasi Pemerintah, Tipe Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas (ROA). Cahya (2010) menyatakan terdapat tiga faktor yang berpengaruh dalam pengungkapan CSR yaitu Ukuran Perusahaan, *Leverage* (DER) dan Profitabilitas (ROA). Berbagai penelitian terkait dengan pengungkapan CSR menunjukkan hasil yang beragam dan tidak konsisten.

*Leverage* merupakan variabel yang banyak diindikasikan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. *Leverage* merupakan salah satu ukuran kinerja keuangan yang mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Rasio ini membandingkan total ekuitas dengan total kewajiban. *Leverage* memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu hutang. Scott (2000) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage*

tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi. Hasil penelitian menunjukkan hasil yang beragam, hasil penelitian oleh Marbun (2008) membuktikan ada pengaruh antara *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, hal ini berbeda dengan hasil penelitian oleh Lawer (2010) yang membuktikan tidak ada pengaruh antara *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Faktor lain yang diduga mempengaruhi pengungkapan CSR adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Profitabilitas diukur dengan membandingkan laba dengan jumlah aktiva. Penelitian oleh Hackston dan Milne (1996) menemukan tidak ada hubungan yang signifikan antara profitabilitas dengan pengungkapan informasi sosial. Belkoui dan Karpik (1989) mengatakan bahwa dalam kepeduliannya terhadap masyarakat (sosial) menghendaki manajemen untuk membuat perusahaan menjadi menguntungkan (*profitable*). Vans (1975) dalam Belkoui dan Karpik (1989) mempunyai pandangan yang berbeda, menurutnya pengungkapan sosial perusahaan justru memberikan kerugian yang kompetitif (*competitif disadvantage*) karena perusahaan harus mengeluarkan tambahan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial tersebut. Hasil penelitian oleh Marbun (2008) dan Lawer (2010) membuktikan adanya pengaruh antara profitabilitas terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Sembiring (2003 dan 2005), Rosmasita (2007) menyatakan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan.

Pengaruh ukuran perusahaan (*size*) terhadap pengungkapan CSR tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi daripada perusahaan kecil. Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung hubungan antara ukuran perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini seperti yang disebutkan dalam Hackston dan Milne (1996) antara lain Roberts (1992), Singh dan Ahuja (1983), Davey (1982) dan Ng (1985). Sebaliknya penelitian yang berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini antara lain Belkaoui dan Karpik (1989), Adam et. al., (1995, 1998), Hackston dan Milne (1996), Kokubu et. al., (2001), Hasibuan (2001), Sembiring (2005) dan Anggraeni (2006).

Faktor lain yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah dewan komisaris. Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan CSR sehingga perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR. Hubungan antara dewan komisaris dan pengungkapan CSR juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh Hadi dan Arifin (2002) dan Sembiring (2005) yang menunjukkan hasil bahwa proporsi dewan komisaris independen mempengaruhi tingkat pengungkapan sukarela. Akan tetapi berbeda dengan hasil penelitian Luqman (2010) dan Chandra (2011) yang menyatakan bahwa dewan komisaris berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lanjutan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dengan judul penelitian adalah **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA.”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian, penulis mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Pengaruh *size* perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Pengaruh jumlah dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
5. Pengaruh *leverage*, profitabilitas, *size* perusahaan, dan jumlah dewan komisaris secara simultan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### **1.3 Rumusan Masalah**

1. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah *size* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
4. Apakah jumlah dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
5. Apakah *leverage*, profitabilitas, *size* perusahaan, dan jumlah dewan komisaris secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini, adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk menguji pengaruh *size* perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

4. Untuk menguji pengaruh jumlah dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
5. Untuk menguji pengaruh *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris secara simultan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Memberikan kontribusi pada pengembangan akuntansi keuangan, terutama mengenai bagaimana kinerja keuangan perusahaan dapat mempengaruhi pengungkapan CSR.
2. Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu akuntansi manajemen, terutama mengenai bagaimana pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan yang kemudian diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan.
3. Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pada akuntansi keprilakuan, terutama mengenai faktor apa yang mendorong perilaku perusahaan untuk mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan perusahaan.
4. Memberikan kontribusi praktis bagi manajemen perusahaan terutama sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan sehubungan dengan penerapan CSR dalam operasional perusahaan dan penungkapannya dalam laporan perusahaan.