

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di dalam perkembangan dunia bisnis yang sangat pesat, persaingan dunia bisnis tampak semakin kompetitif. Perusahaan dituntut untuk menjadi semakin lebih baik dan unggul dibandingkan perusahaan lain atau pesaing. Salah satu cara untuk menjadi unggul adalah dengan menciptakan citra baik di mata masyarakat. Dengan demikian, perusahaan harus memiliki perencanaan strategis, bukan hanya mengenai aspek keuangan saja, perencanaan strategis mengenai non-keuangan juga sangat vital bagi perusahaan untuk dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Ghozali dan Chariri, 2007).

Perusahaan, dalam menjalankan bisnisnya, memiliki beberapa tujuan. Tujuan perusahaan yang pertama adalah untuk menghasilkan laba yang optimal dan memuaskan. Tujuan perusahaan yang kedua adalah meningkatkan kemakmuran para pemegang saham (*stockholders*) dengan memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham (Simanjuntak, 2012). Selain kedua tujuan tersebut, tujuan perusahaan yang lainnya adalah memperhatikan kepentingan para pemangku kepentingan (*stakeholders*). *Stakeholders* adalah orang lain, selain *stockholders*, yang berpotensi menuntut aliran kas perusahaan. *Stakeholders* dapat mencoba mengendalikan perusahaan, hingga menimbulkan kerugian bagi pemilik perusahaan (Ross, Westerfield, & Jaffe, 2010:15).

Kegiatan operasional perusahaan tidak hanya dipengaruhi dan diukur sebatas pada indikator ekonomi. Manajemen dituntut untuk tidak hanya berfokus pada tujuan jangka pendek dan mementingkan *stockholders* saja, namun juga berfokus pada tujuan jangka panjang dengan memperhatikan kepentingan *stakeholders*. Kondisi keuangan yang baik saja dinilai tidak cukup menjamin kelangsungan hidup perusahaan di dalam era globalisasi ini (Freeman, Velamuri, dan Moriarty, 2006). Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholders* dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholders*, terutama *stakeholders* yang mempunyai kekuatan terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misalnya tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan, dan lain-lain (Ghozali dan Chariri, 2007). Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan melakukan program *corporate social responsibility* (CSR).

Menurut Sri Urip (2010:4) dalam di dalam era globalisasi, kesempatan dan tantangan yang dihadapi oleh perusahaan jumlahnya meningkat berkali lipat. Globalisasi telah memengaruhi bisnis dari berbagai dimensi, seperti dimensi kemampuan sumber daya manusia, dimensi kebijakan pemerintah, dimensi *non-governmental organization* (NGO), dimensi konsumen, dan dimensi CSR. Perusahaan yang ingin menjaga reputasinya dan meningkatnya profitnya harus senantiasa selaras dengan norma tanggung jawab sosial yang diterima secara umum (Wijeshinge dan Senaratne, 2011).

Gambar 1.1
Dampak Globalisasi



Sumber: Urip, Sri (2010)

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) percaya bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap para *stockholders* saja (aspek keuangan), melainkan kepada *stakeholders* (aspek sosial dan lingkungan). CSR memiliki sebuah tujuan utama, yaitu untuk menciptakan nilai bagi *key stakeholders* (Freeman, *et al.*, 2006). CSR dinyatakan sebagai bagian dari tugas perusahaan untuk mencapai pembangunan berkelanjutan. Pembangunan berkelanjutan adalah sebuah usaha untuk memenuhi kebutuhan saat ini dengan mengupayakan keberlanjutan pemenuhan kebutuhan bagi generasi selanjutnya. Penerapan CSR memang secara teoritis dapat mengurangi kerusakan lingkungan (Rudito dan Famiola, 2013:104).

Perusahaan yang bergerak dalam industri pertanian dan pertambangan menghasilkan labanya dari memanfaatkan sumber daya alam (SDA). Laba tersebut akan berlanjut apabila alam tempat perusahaan beroperasi terpelihara. Jika alam dan lingkungan rusak, maka pendapatan perusahaan akan menurun dan akan

mengganggu kehidupan masyarakat yang tinggal di sekitar lingkungan tersebut. Masyarakat akan menganggap perusahaan sebagai penyebab kerusakan lingkungan dan hal ini akan berdampak buruk pada citra perusahaan dan mengancam keberlangsungan bisnis perusahaan (Candrayanthi dan Saputra, 2013).

Dengan semakin bertambahnya tahun, keterbatasan sumber daya semakin terlihat dengan jelas. Sumber daya yang dimiliki oleh bumi semakin sedikit dan tidak ada lagi sumber daya yang murah dan mudah diperoleh. Bumi juga semakin terlihat kotor karena bumi tidak lagi mampu menyerap berbagai sampah dan limbah yang dihasilkan sebagai akibat dari kegiatan perusahaan dan konsumen. Hal ini dapat terjadi karena adanya kebijakan yang salah dari perusahaan yang hanya mengejar keuntungan semata (Santioso dan Chandra, 2012). Di sisi yang lain, dunia bisnis juga berubah menjadi sangat transparan. Sulit bagi perusahaan untuk bersembunyi dari mata pemerintah, aktivis, masyarakat dan media massa yang merupakan *stakeholders* yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan (Ariningtyas, 2013).

CSR adalah salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Perusahaan yang tidak melakukan kewajibannya akan dikenakan sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR dinyatakan dalam pasal 41 Undang-Undang No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup, yaitu:

- 1) Barang siapa yang secara melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/atau perusakan lingkunganhidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- 2) Jika tindak pidana sebagaimana dimaksud pada ayat (1)mengakibatkan orang mati atau luka berat, pelaku tindak pidana diancam dengan pidana penjara paling lama lima belas tahun dan denda paling banyak Rp750.000.000,00 (tujuh ratus lima puluh juta rupiah).

Pasal ini diikuti oleh pasal 42 yang berisi:

- 1) Barang siapa yang karena kealpaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).
- 2) Jika tindak pidana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mengakibatkan orang mati atau luka berat, pelaku tindak pidana diancam dengan pidana penjara paling lama lima tahun dan denda paling banyak Rp150.000.000,00 (seratus lima puluh juta rupiah).

Salah satu manfaat CSR adalah meningkatkan citra perusahaan dan membedakan perusahaan dengan pesaingnya. Citra yang buruk secara tidak langsung akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Dengan memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, perusahaan dapat meningkatkan citra positif perusahaan di mata masyarakat. Selain itu, dengan melakukan CSR, perusahaan memiliki kesempatan untuk menonjolkan keunggulan komparatif (*comparative*

advantage) yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat membedakan perusahaan dengan pesaing yang menawarkan produk yang serupa (Urip, 2010:7).

Dengan mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan perusahaan, perusahaan diharapkan dapat menarik simpati masyarakat dengan membangun citra yang positif guna memaksimalkan aspek keuangan perusahaan dan meningkatkan labanya pada jangka panjang. Peningkatan laba diharapkan dapat menarik *investor* untuk menanamkan uangnya di perusahaan dan akan meningkatkan nilai perusahaan yang akan tercermin pada harga saham perusahaan. Dengan kata lain, pengungkapan CSR mungkin tidak membawa dampak positif bagi kinerja keuangan pada jangka pendek, namun pengungkapan CSR diharapkan akan berdampak baik bagi kinerja keuangan perusahaan pada jangka panjang (Davis dan Frederick, 1984:32).

CSR pada perusahaan sektor primer, sebagai sektor yang diwajibkan melakukan kegiatan CSR oleh pemerintah, tidak memiliki tingkat pengungkapan yang tinggi. Dari tabel 1.1 diketahui bahwa hanya terdapat rata-rata sekitar 27,6% perusahaan per tahun yang mengungkapkan CSR di atas 25% dalam laporan tahunannya. Pengungkapan yang rendah tersebut tentu saja tidak sesuai dengan harapan para *stakeholders* yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan. Hal ini dikhawatirkan dapat citra perusahaan dan mengancam keberlangsungan bisnis perusahaan (Candrayanthi dan Saputra, 2013).

Tabel 1.1
Pengungkapan CSR Perusahaan Pertanian dan Pertambangan

| Sektor Pertanian | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|------|------|------|------|------|
| Perusahaan dengan tingkat pengungkapan di atas 25% | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 |
| Perusahaan dengan tingkat pengungkapan di bawah 25% | 10 | 10 | 9 | 8 | 8 |

| Sektor Pertambangan | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|------|------|------|------|------|
| Perusahaan dengan tingkat pengungkapan di atas 25% | 5 | 8 | 9 | 13 | 13 |
| Perusahaan dengan tingkat pengungkapan di bawah 25% | 26 | 23 | 22 | 18 | 18 |

Profitabilitas merupakan salah satu indikator yang dianggap memengaruhi pengungkapan CSR. Perusahaan dengan pendapatan yang tinggi memiliki kemampuan untuk merencanakan dan melakukan berbagai kegiatan CSR (Wibowo, 2012). Berikut ini adalah ROA yang dihasilkan oleh perusahaan pertanian dan pertambangan yang melakukan CSR selama tahun 2010-2014. Dengan memiliki ROA yang positif, perusahaan diharapkan dapat menerapkan dan mengungkapkan lebih banyak CSR dalam laporan tahunannya. Dari tabel 1.2 terlihat bahwa sebenarnya perusahaan sektor primer memiliki kemampuan tinggi dalam merencanakan dan melakukan kegiatan CSR, hal ini tidak selaras dengan tingkat pengungkapan CSR masih sangat minim.

Tabel 1.2
Perbandingan Jumlah Perusahaan Pertanian dan Pertambangan dengan ROA Positif dan ROA Negatif

| Sektor Pertanian | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|-------------------------------|------|------|------|------|------|
| Perusahaan dengan ROA positif | 8 | 12 | 11 | 12 | 12 |
| Perusahaan dengan ROA negatif | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 |

| Sektor Pertambangan | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|-------------------------------|------|------|------|------|------|
| Perusahaan dengan ROA positif | 22 | 26 | 27 | 28 | 26 |
| Perusahaan dengan ROA negatif | 12 | 11 | 10 | 13 | 11 |

Beberapa penelitian terdahulu telah mencoba mengungkapkan hubungan antara karakteristik perusahaan dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Beberapa karakteristik perusahaan yang pernah diteliti oleh penelitian terdahulu, antara lain ukuran perusahaan, umur perusahaan, kepemilikan institusional, ukuran komite audit, proporsi komisaris independen, kepemilikan manajerial, *media exposure*, dan lainnya. Berdasarkan penelitian terdahulu, pengungkapan CSR dipengaruhi oleh ukuran perusahaan (Rasidah dan Chairina, 2010; Santioso dan Chandra, 2012; Untari, 2010; Kristi, 2010; Wibowo, 2012; Worotikan, Topowijono, dan Sulasmiyati, 2015), proporsi dewan komisaris independen (Ariningtyas, 2013; Santioso dan Chandra, 2012; Sari dan Kholisoh, 2009), profitabilitas (Santioso dan Chandra, 2012; Untari, 2010; Wibowo, 2012; Worotikan, *et al.*, 2015), dan umur perusahaan (Untari, 2010).

Walaupun demikian, peneliti menemukan bahwa hasil penelitian terdahulu masih belum memperlihatkan konsistensi hubungan antara karakteristik perusahaan dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR. Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa CSR tidak dipengaruhi secara signifikan oleh profitabilitas (Rasidah dan Chairina, 2010; Ariningtyas, 2013; Pebriana, 2012; Sari dan Kholisoh, 2009; Kurnianingsih, 2013), umur perusahaan (Santioso dan Chandra, 2012; Pebriana, 2012), proporsi dewan komisaris independen (Hapsoro, 2012; Susanti dan Riharjo, 2013), dan ukuran perusahaan (Ariningtyas, 2013; Sari dan Kholisoh, 2009; Kurnianingsih, 2013).

Donovan dan Gibson (2000) dalam Sembiring (2006) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki laba yang tinggi beranggapan bahwa perusahaan tidak perlu melaporkan hal-hal yang mengganggu kesuksesan keuangan perusahaan. Pebriana (2012) berpendapat bahwa semakin bertambahnya umur perusahaan, maka bertambah pula tanggung jawab serta beban perusahaan, sehingga hal ini secara tidak langsung mengurangi kemampuan perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR. Ariningtyas (2013) juga mengungkapkan bahwa pelaksanaan dan pengungkapan CSR perusahaan dilakukan semata-mata hanya demi memenuhi tuntutan UU No. 47 Tahun 2012 tentang Perseroan Terbatas, sehingga ukuran besar kecilnya perusahaan tidak memengaruhi luas pengungkapan CSR. Hapsoro (2012) menyimpulkan bahwa proporsi dewan komisaris independen perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR karena komisaris independen belum efektif dalam menjalankan aktivitas pengawasan, khususnya dalam menentukan kebijakan yang berhubungan dengan CSR.

Atas dasar tersebut, penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh beberapa faktor, yaitu ukuran perusahaan, umur perusahaan, proporsi dewan komisaris independen, dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR, sehingga peneliti melakukan penelitian ini dengan judul: **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERUSAHAAN SEKTOR PRIMER.**

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, peneliti mengidentifikasi masalah yang akan dijadikan sebagai dasar untuk melakukan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- 1) Apakah ukuran perusahaan, umur perusahaan, proporsi dewan komisaris independen, dan profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan?
- 2) Apakah ukuran perusahaan, umur perusahaan, proporsi dewan komisaris independen dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan?
- 3) Seberapa besar pengaruh keseluruhan ukuran perusahaan, umur perusahaan, proporsi dewan komisaris independen, dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

- 1) Menguji pengaruh ukuran perusahaan, umur perusahaan, proporsi dewan komisaris independen dan profitabilitas secara parsial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan.
- 2) Menguji pengaruh ukuran perusahaan, umur perusahaan, proporsi dewan komisaris independen dan profitabilitas secara simultan terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

- 3) Menguji seberapa besar pengaruh keseluruhan ukuran perusahaan, umur perusahaan, proporsi dewan komisaris independen, dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pihak-pihak di bawah ini:

- 1) Bagi peneliti, penelitian diharapkan bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan mengenai aplikasi akuntansi pertanggungjawaban sosial, serta untuk memenuhi syarat kelulusan program Magister Akuntansi.
- 2) Bagi peneliti lain, penelitian ini diharapkan menjadi masukan atau referensi yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan CSR.
- 3) Bagi perusahaan dan industri, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mendorong perusahaan untuk mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Tesis ini terdiri dari lima bab dengan uraian sebagai berikut:

Bab I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian fenomena yang menjadi latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan yang dipakai dalam penelitian.

Bab II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, MODEL DAN HIPOTESIS PENELITIAN

Bab ini berisi uraian variabel yang digunakan dan penelitian terdahulu. Tinjauan pustaka mendasari pemikiran kerangka pemikiran, model, dan hipotesis penelitian.

Bab III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Bab ini mendeskripsikan objek penelitian, metode pemilihan sampel, pengumpulan data, pengujian dan pengolahan data, dan teknik yang digunakan dalam analisis penelitian.

Bab IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil penelitian, pembahasan hasil penelitian, dan implikasinya sesuai dengan tujuan dan manfaat penelitian.

Bab V Simpulan dan Saran

Bab ini berisi simpulan penelitian yang sesuai dengan permasalahan penelitian dan saran bagi penelitian selanjutnya.