

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada, seperti melakukan suatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan menjaga lingkungan, memberikan beasiswa untuk anak tidak mampu di daerah tersebut, dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk membangun desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada.

*Corporate Social Responsibility* menjadi bagian yang penting dalam strategi perusahaan dalam berbagai sektor dimana terjadi ketidakkonsistenan antara keuntungan perusahaan dan tujuan sosial, atau perselisihan yang dapat terjadi karena isu-isu tentang kewajaran yang berlebihan (Heal,2004)

Kegiatan CSR akan menjamin keberlanjutan bisnis yang dilakukan. Hal ini disebabkan karena :

1. Menurunnya gangguan social yang sering terjadi akibat pencemaran lingkungan,bahkan dapat menumbuh kembangkan dukungan atau pembelaan masyarakat setempat.
2. Terjaminnya pasokan bahan baku secara berkelanjutan untuk jangka panjang.

3. Tambahan keuntungan dari unit bisnis baru, yang semula merupakan kegiatan CSR yang dirancang oleh korporat.

Adapun 5 pilar yang mencakup kegiatan CSR dari *Prince of Wales International Business Forum*, yaitu:

1. Pengembangan kapasitas SDM di lingkungan internal perusahaan maupun lingkungan masyarakat sekitarnya.
2. Penguatan ekonomi masyarakat sekitar kawasan wilayah kerja perusahaan.
3. Pemeliharaan hubungan relasional antara korporasi dan lingkungan sosialnya yang tidak dikelola dengan baik sering mengundang kerentanan konflik.
4. Perbaikan tata kelola perusahaan yang baik
5. Pelestarian lingkungan, baik lingkungan fisik, social serta budaya.

Meningkatnya citra perusahaan akan memiliki implikasi strategis bagi perusahaan itu sendiri karena reputasi yang baik merupakan salah satu keunggulan yang kompetitif. Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, pelaku bisnis atau perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yakni ekonomi, sosial, dan lingkungan, hal ini difokuskan sebagai kegiatan yang berkesinambungan dan salah satu cara untuk mencegah krisis, yaitu dengan peningkatan reputasi atau image.

Sesungguhnya substansi keberadaan CSR adalah dalam rangka memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri dengan jalan membangun kerjasama antar stakeholder yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat sekitarnya. Atau dalam pengertian kemampuan perusahaan untuk dapat beradaptasi dengan

lingkungannya, komunitas dan stakeholder yang terkait dengannya, baik lokal, nasional, maupun global (Luciana, 2011)

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).

Penerapan aktivitas CSR yang berkembang di Indonesia, sesuai regulasi pemerintah dalam UU No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas pada pasal 74, bahwa kegiatan CSR atau tanggung jawab sosial merupakan suatu kegiatan yang diwajibkan dan dilaksanakan berdasarkan pada kepatutan dan kewajiban sesuai dengan peraturan pemerintahan. Fokus utama dalam undang-undang terdapat pada pasal ke 74 yakni, lebih mewajibkan pada suatu kegiatan usaha di bidang atau yang berkaitan dengan sumber daya alam untuk melakukan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan.

A.B. Susanto dalam bukunya *"Reputation-Driven Corporate Social Responsibility"*, mengungkapkan bahwa kompetensi perusahaan untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat, diharapkan mampu memberikan manfaat yang besar dan menguntungkan, manfaat pertama implementasi kegiatan Corporate Social Responsibility dapat berupa pengurangan risiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan. Manfaat kedua

implementasi CSR, berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis, adanya keterlibatan dan kebanggaan karyawan secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya, serta adanya konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para stakeholdernya.

Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia memunculkan hasil yang beragam. Penelitian Sembiring (2005) dengan variabel independen yang diteliti adalah *profitabilitas*, *size*, *leverage*, ukuran dewan komisaris dan *profile*. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel *profitabilitas* dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Variabel lainnya (ukuran dewan komisaris, *size*, dan *profile*) menunjukkan pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Anggraini (2006) dalam penelitiannya mengenai *Profitabilitas* dan *size* perusahaan yang menunjukkan tidak adanya pengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial. Variabel prosentase kepemilikan manajemen dan tipe industri terbukti mempunyai hubungan positif signifikan. Temuan ini sejalan dengan hasil yang diperoleh Hackston dan Milne (1996) dalam Anggraini (2006) yang tidak berhasil menemukan hubungan *profitabilitas* dengan pengungkapan informasi sosial.

Novita dan Djakman (2008) menemukan hasil berbeda, bahwa *size* perusahaan terbukti berpengaruh signifikan. Parsa dan Kouhy (2007) melakukan penelitian tentang pengungkapan informasi sosial oleh perusahaan kecil dan

menengah (UMKM) yang terdaftar pada *Alternative Investment Market* (AIM) Inggris menghasilkan temuan bahwa *size* berkorelasi positif terhadap pengungkapan CSR. Penelitian tentang kaitan *corporate governance* dengan pengungkapan CSR dilakukan oleh Novita dan Djakman (2008) dan juga dilakukan oleh Farook dan Lanis (2005) dengan sampel bank Islam di seluruh dunia.

Farook dan Lanis (2005) menemukan bahwa *islamic governance* (sebagai proksi *corporate governance* di bank Islam) terbukti berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Novita dan Djakman (2008) menemukan hasil bahwa kepemilikan institusional tidak mempengaruhi luas pengungkapan CSR. Hal ini senada dengan hasil penelitian Barnae dan Rubin (2005) yang menyebutkan bahwa kepemilikan institusional tidak memiliki hubungan dengan pengungkapan CSR. Demikian juga dengan variabel kepemilikan asing yang tidak terbukti berpengaruh signifikan.

Melihat ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu, maka masalah ini masih menarik untuk diteliti. Atas dasar tersebut diatas penelitian ini diberi judul **“Analisis Pengaruh Faktor-faktor Fundamental dan Mekanisme *Corporate Governance* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015”**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, masalah dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Apakah Faktor-faktor fundamental perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015 ?
2. Apakah Mekanisme *Corporate Governance* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015?
3. Apakah Faktor-faktor Fundamental perusahaan dan Mekanisme *Corporate Governance* secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini, adapun tujuan penelitian adalah untuk memberikan bukti empiris mengenai:

1. Adanya pengaruh Faktor-faktor Fundamental perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015.
2. Adanya pengaruh Mekanisme *Corporate Governance* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015.

3. Adanya pengaruh Faktor-faktor Fundamental dan Mekanisme *Corporate Governance* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* secara bersama-sama pada perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis : Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan bukti empiris mengenai Faktor-faktor Fundamental dan Mekanisme *Corporate Governance* serta pengaruhnya terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sehingga diharapkan dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya.
2. Manfaat Praktis : Bagi perusahaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan terkait dengan faktor-faktor fundamental dan mekanisme *corporate governance* serta pengaruhnya terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dan memberikan informasi untuk pihak yang terkait dengan perusahaan perbankan periode 2011-2015 di Bursa Efek Indonesia.

#### **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Berdasarkan judul penelitian yaitu: “Analisis Pengaruh Faktor-faktor Fundamental dan Mekanisme *Corporate Governance* terhadap Pengungkapan

*Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015”, maka terdapat tiga variabel yang akan dianalisis pengaruhnya yaitu variabel bebas (faktor-faktor fundamental dan mekanisme *corporate governance*) dan variabel terikat (pengungkapan tanggung jawab sosial). Penelitian dilakukan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di bursa efek indonesia (BEI) melalui situs resminya [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dengan menggunakan 28 sampel dan waktu penelitian dilakukan selama Desember 2015 – Juni 2016.

