

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Indonesia merupakan Negara yang memiliki potensi luar biasa, baik dari segi Sumber Daya Alam (SDA) maupun Sumber Daya Manusia (SDM). Potensi yang luar biasa tersebut menyebabkan pihak asing maupun pihak dalam negeri tertarik untuk mendirikan perusahaan di Indonesia. Seiring dengan berjalannya waktu jumlah perusahaan yang didirikan di Indonesia pun semakin bertambah, menurut hasil Sensus Ekonomi 2016 dari Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah perusahaan yang tercatat di Indonesia sebanyak 26,7 Juta (Michael Agustinus, 2017). Banyaknya jumlah perusahaan yang berdiri di Indonesia tentu saja menimbulkan beberapa masalah bagi lingkungan di sekitarnya. Rita Yuliana (2008) menyatakan bahwa setiap tindakan yang diambil perusahaan berdampak nyata terhadap kualitas kehidupan manusia, baik individu, masyarakat, dan seluruh kehidupan di bumi.

Dampak lingkungan yang disebabkan oleh kegiatan perusahaan kini sudah menjadi topik yang tidak asing lagi. Baru-baru ini muncul masalah mengenai sepuluh sungai di daerah Bekasi yang tercemar akibat limbah industri. Pencemaran ini berada pada tingkat yang sangat berbahaya, karena pencemaran ini mempengaruhi hasil pertanian dan juga mempersulit masyarakat yang tinggal di sisi kali untuk mendapatkan air bersih, sebab airnya sudah berbau, berminyak, dan warnanya keruh dan sangat tidak layak untuk dikonsumsi (Abdullah M. Surjaya, 2018). Untuk mengatasi masalah tersebut, Kabid

Kebersihan pada Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bekasi, Dodi Agus Suprianto mengatakan selain melibatkan aparat kepolisian dan TNI pihaknya juga menggandeng pelaku usaha industri dan juga masyarakat karena besarnya peranan keduanya, ia mencontohkan seperti pengoptimalan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari pelaku industri untuk penanaman pohon di bantaran sungai dan kesadaran perusahaan untuk tidak membuang limbah di sungai, sementara masyarakat sekitar aliran sungai akan dilibatkan dalam program *eco village* dengan membentuk bank sampah.

Yusuf Babatunde Adeneye and Maryam Ahmed (2015) mendefinisikan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi kemampuan perusahaan untuk bertanggungjawab sosial terhadap pertumbuhan dan perkembangan lingkungan di mana perusahaan beroperasi. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berdasarkan indikator *Global Reporting Initiative* (GRI) dibagi menjadi tiga fokus, yang terdiri dari indikator kinerja ekonomi, indikator kinerja lingkungan, dan indikator kinerja sosial. Setiap fokusnya pun terdiri dari beberapa item-item yang bersangkutan. Eddy Rismanda Sembiring (2005) mengatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* (Mathews, 1995) atau *corporate social responsibility* (Hackston dan Milne, 1996) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal,

khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Gray, 1987).

Selama ini perusahaan-perusahaan yang berdiri di Indonesia hanya mementingkan kepentingan para pemegang saham saja, sedangkan kepentingan *stakeholder* dan juga keadaan lingkungan sekitar cenderung diabaikan. Perusahaan menjadi kurang peduli akan dampak yang dihasilkan oleh usahanya terhadap lingkungan sekitar padahal keberadaan *stakeholder* tersebut erat kaitannya dengan kesinambungan hidupsuatu usaha (*going concern of entity*). Rita Yuliana (2008) mengatakan fokus akuntabilitas perusahaan selama ini masih mengedepankan pemegang saham, perusahaan cenderung mengabaikan kepentingan *stakeholder* lainnya. Aspek penilaian dari keberhasilan suatu perusahaan tidak hanya dinilai dari segi *financialnya* saja. Hal ini didasari oleh pemikiran bahwa kesehatan *finansial* tidak menjamin perusahaan akan tumbuh secara berkelanjutan (Djarmiko 2006). Maka dari itu, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau yang biasa disebut sebagai *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRD) itu penting adanya. Dengan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya, perusahaan akan dinilai mampu mempertahankan keberlanjutan usahanya juga. Investor lebih tertarik untuk berinvestasi pada suatu perusahaan yang mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dan melihat aktivitas *Corporate Social Responsibility* sebagai suatu komponen penilaian kemampuan keberlanjutan suatu perusahaan. Menurut Prambudi (2006) perusahaan yang tidak mengungkapkan program *Corporate Social Responsibility* bisa mengakibatkan *stakeholder* menganggap perusahaan yang bersangkutan tidak melakukan

tanggung jawab sosialnya dan meragukan *going concern*-nya. Selain lebih diminati oleh investor, perusahaan yang melakukan dan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* pun mendapat manfaat lain seperti, meningkatkan penjualan dan *market share*; memperkuat *brand positioning*; meningkatkan kemampuan perusahaan untuk memotivasi dan mempertahankan karyawan; serta menurunkan biaya operasional (Kotler & Lee, 2005).

Dasar hukum *Corporate Social Responsibility* (CSR) tertuang dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 1997 pasal 74 tentang Perseroan Terbatas (PT), pasal 74 UU RI Ayat 1 mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, yaitu: “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.” Di Indonesia praktek pengungkapan tanggung jawab sosial diatur oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI), dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (Revisi 1998) paragraf 9, yang menyatakan bahwa: “Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”

Kemampuan manajemen untuk mengelola kinerja keuangan yang fundamental, seperti *leverage* profitabilitas dan *size* merupakan salah satu kunci untuk meningkatkan *Corporate social responsibility*. Masing masing rasio pengukuran kinerja memiliki kontribusi yang berbeda bagi eksistensi perusahaan. (Syailendra Eka Saputra, 2016). *Leverage* merupakan alat yang dimiliki

*stakeholders* untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber dana khususnya hutang dan modal yang dimiliki perusahaan (Sartono, 2010). Rasio tersebut menjadi penting, karena selain digunakan oleh *stakeholders* untuk mengukur risiko dalam berinvestasi, dan menjadi pendorong peningkatan kinerja keuangan, *leverage* pun dapat menjadi pendorong peningkatan kinerja kegiatan perusahaan lainnya seperti *corporate social responsibility*. Selain *leverage*, kinerja keuangan yang lainnya juga memiliki peranan penting dalam pengungkapan *corporate social responsibility*. Menurut Ross (2011) profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba setelah memanfaatkan sejumlah sumber daya yang mereka miliki untuk mengukur profitabilitas salah satu *proxy* yang dapat digunakan adalah *return on assets*, sedangkan *size* menunjukkan besar atau kecilnya ukuran sebuah perusahaan, yang dapat diamati dari besarnya nilai total *assets* yang dimiliki sebuah perusahaan.

Selain kinerja keuangan, keberadaan dewan direksi pun menjadi faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*. Iswadi (2013) mengatakan bahwa dewan direksi merupakan manajemen puncak yang merumuskan kebijakan dan strategi yang harus diikuti oleh manajer. Direksi yang lebih banyak, kemampuan dan keahlian kolektif dewan akan meningkatkan kebutuhan untuk pengungkapan informasi akan lebih tinggi. Dewan Direksi tidak hanya didominasi oleh kaum pria saja, dewasa ini wanita pun dapat mengambil peran dalam suatu perusahaan. Kramer, Konrad dan Erkut (2006) mengemukakan bahwa wanita dapat membuat perubahan di dalam lingkup dewan direksi suatu perusahaan. Kehadiran wanita sebagai dewan direksi dapat memberikan pola tersendiri pada komposisi dewan dan memiliki kecenderungan memberikan hasil

yang lebih sukses dibandingkan dengan komposisi dewan direksi yang homogen, selain itu, wanita secara inheren dinilai lebih stabil dibandingkan pria (Adams dan Ferreira, 2004). Menurut I Made Sudana dan Putu Ayu Arlindania W (2011) wanita cenderung menggunakan gaya kepemimpinan kolaboratif, gaya kepemimpinan ini bisa memberikan keuntungan yang dinamis pada dewan direksi dengan peningkatan dalam intensitas mendengarkan inovasi dan keluhan karyawan, dukungan sosial, dan penggunaan strategi *win-win solution*. Selain itu wanita juga biasanya memiliki sikap kehati-hatian yang tinggi, cenderung menghindari risiko, dan lebih teliti dibandingkan dengan pria, dari sini dapat dilihat bahwa wanita tidak terburu-buru dalam mengambil keputusan, maka dari itu keberadaan wanita dalam suatu jajaran direksi itu dapat membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih tepat dan menghasilkan risiko yang lebih rendah (Sudana *et al.*, 2011).

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Aminu Isa dan Sabo Muhammad (2015) menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara *women on board* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan menurut Ratna Listiana Dewanti dan V. Mardi Widyadmono (2018) menunjukkan adanya pengaruh antara ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Julius Ompusunggu (2016) menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Ana Wahyuningsih dan Nera Marinda Mahdar (2018) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas dan *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap

pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh *Size*, profitabilitas, *leverage*, dan *woman on board* (*Female Directors* dan *Female Commissioners*) terhadap *Corporate Social Responsibility* (Y). Penelitian ini mengacu pada penelitian Isa *et al.* (2015), Wahyuningsih *et al.* (2018), Ompusunggu *et al.* (2016). Isa *et al.* (2015) menemukan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *women on board* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Wahyuningsih *et al.* (2018) menemukan bahwa *size*, profitabilitas dan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan sosial. Sedangkan Ompusunggu *et al.* (2016) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan sosial. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada alat ukur pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, proksi profitabilitas, dan juga sampel penelitian. Penelitian ini menggunakan *Global Reporting Initiative 4.1*, yang merupakan salah satu indeks terlengkap yang dapat digunakan untuk mengukur pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, selain itu GRI merupakan aturan internasional yang telah diakui oleh perusahaan-perusahaan di dunia (Nurkhin, 2009). Penelitian ini pun menggunakan *Return on Equity* sebagai proksi dari profitabilitas karena merupakan suatu rasio yang sering digunakan oleh pemegang saham untuk menilai kinerja perusahaan yang bersangkutan (Sawir, 2005). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 42 perusahaan manufaktur yang termasuk kategori *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2015-2016. Perusahaan manufaktur digunakan sebagai

sampel karena perusahaan manufaktur memiliki jumlah perusahaan terbanyak dibandingkan dengan sektor lainnya, dan juga perusahaan manufaktur itu erat kaitannya dengan masyarakat dan juga berdampak bagi lingkungan di sekitarnya. Pemilihan perusahaan manufaktur *high profile* karena perusahaan yang termasuk dalam kategori *high profile* adalah perusahaan yang memiliki tingkat sensitivitas yang cukup tinggi terhadap lingkungan sekitarnya, resiko politik yang juga cukup tinggi, atau persaingan yang cukup ketat di lingkungan bisnisnya (Hackston dan Milne, 1996). Diekers dan Preston dalam Rinaldy (2011) mengatakan bahwa industri *high profile* meliputi perusahaan yang melakukan aktivitas ekonominya dengan memodifikasi lingkungan, seperti industri ekstraktif, dan lebih sering untuk mengungkapkan informasi mengenai dampak lingkungan mereka bila dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang berada di industri lainnya.

Menurut Zuhroh dan Sukmawati (2003), perusahaan yang tergolong dalam perusahaan *high profile* adalah perusahaan yang memiliki jumlah tenaga kerja yang banyak dan proses produksi perusahaan tersebut mengeluarkan sisa limbah cair dan polusi udara. Contoh perusahaan yang tergolong dalam kelompok industri ini antara perusahaan pengeboran perminyakan, pertambangan, industri kimia, pengelolaan hutan, industri kertas, industri otomotif, industri penerbangan, pengelolaan agribisnis, perkebunan tembakau dan industri rokok, produk makanan dan minuman, industri media dan komunikasi, industri energi (listrik), sarana kesehatan serta transportasi dan pariwisata. Perusahaan manufaktur yang termasuk ke dalam kategori *high profile* diantaranya adalah sub sektor kimia, sub sektor pulp dan kertas, sub sektor otomotif dan komponen, sub sektor elektronika, sub sektor makanan dan minuman, sub sektor rokok, serta sub sektor farmasi.

Kontribusi dalam penelitian ini terletak pada pembagian variabel *women on board* menjadi *female directors* dan *female commissioners* sebagai variabel independen. Penggunaan variabel *female directors* dan *female commissioners* didasari pada alasan bahwa variabel tersebut belum banyak diteliti oleh peneliti di Indonesia.

### 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *size* perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
2. Apakah terdapat pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
3. Apakah terdapat pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
4. Apakah terdapat pengaruh *Female Directors* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
5. Apakah terdapat pengaruh *Female Commissioners* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dapat disimpulkan tujuan penelitian ini:

1. Untuk mengetahui pengaruh *size* perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

3. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Female Directors* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Female Commissioners* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, penelitian ini bermanfaat bagi dua pihak, yaitu:

1. Akademisi

Bagi akademisi, diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menjadi referensi atau kajian bagi perkembangan penelitian sejenis dimasa yang akan datang, sehingga dapat memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

2. Investor

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi investor, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memilih dan memutuskan dimana harus berinvestasi dengan tepat.

3. Perusahaan

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan agar lebih bijaksana dalam membuat program pertanggung jawaban perusahaan dan guna menyusun laporan pertanggung jawaban yang lebih baik dan tepat