

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang diantaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Lahirnya CSR (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan didasari oleh MDGS atau (*Millenium Development Goals*) yang merupakan deklarasi milenium hasil kesepakatan antara 189 negara yang termasuk dalam anggota PBB yang dimulai pada tahun 2000 dan mencapai pokok tujuan pada tahun 2015. Indonesia termasuk dalam deklarasi tersebut dan berkewajiban melaksanakan poin-poin yang disepakati salah satunya mengenai pembangunan nasional. Oleh karena itu, CSR sangat berhubungan dengan "*pembangunan berkelanjutan*", yakni suatu organisasi perusahaan, dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak hanya berdampak dalam aspek ekonomi, misalnya tingkat keuntungan atau deviden, tetapi juga harus menimbang dampak sosial, lingkungan dan masyarakat yang timbul dari keputusannya itu, baik untuk jangka pendek maupun untuk jangka yang lebih panjang Yudhi (2017).

ISO (Organisasi Standarisasi Internasional) menegaskan pentingnya kemampuan perusahaan dalam menjaga keseimbangan antara performa perusahaan dan mengatasi isu sosial dan lingkungan yang muncul akibat aktivitas perusahaan yang sedang berjalan. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan penetapan kebijakan termasuk juga mempromosikan keseimbangan antara keuntungan perusahaan dan keuntungan yang diperoleh masyarakat secara keseluruhan. Sekarang ini semakin banyak perusahaan dan investor yang memiliki komitmen untuk memperhatikan dampak sosial yang mungkin ditimbulkan sebelum melakukan kegiatan operasi

ataupun berinvestasi. Dengan adanya perubahan perilaku pada pelaku ekonomi mau tidak mau perusahaan harus beradaptasi dengan fenomena yang sedang terjadi sekarang ini. Di era industrialisasi, dimana konsumen hanya mementingkan produk dengan harga murah, sekarang konsumen sudah memikirkan apa dampak produk yang mereka beli terhadap lingkungan Questibrilia (2019).

CSR merupakan klaim stakeholders agar perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (*shareholders*), tapi juga untuk memberikan manfaat pada pihak stakeholders dalam praktik bisnis, yaitu para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), konsumen, dan lingkungan Nugroho (2007). CSR adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, tetapi juga untuk pembangunan sosial ekonomi kawasan secara keseluruhan, melembaga dan berkelanjutan. Dalam konteks pemberdayaan, CSR adalah bagian dari kebijakan perusahaan yang dijalankan secara profesional dan melembaga. CSR juga identik dengan CSP (*Corporate Social Policy*), yakni rencana dan strategi perusahaan yang menyatukan tanggung jawab ekonomis korporasi dengan tanggung jawab sosial, secara hukum dan etis. Suharto (2007:16).

Beberapa penelitian tentang CSR masih menyajikan hasil yang berbeda-beda. Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Prasethyo (2017) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan dapat berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sedangkan hasil penelitian Simamora (2017) menolak hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara ukuran perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Hasil penelitian Raharja (2017) mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, sedangkan hasil penelitian Dewi dan Khafi (2018) menunjukkan hasil yang berkata sebaliknya bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Chelsya (2018), sedangkan Simamora (2017) menyatakan sebaliknya bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara ukuran dewan komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2017) mengungkapkan bahwa likuiditas memiliki pengaruh terhadap tanggung jawab sosial dengan penjabaran bahwa perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas tinggi merupakan gambaran keberhasilan perusahaan dalam membayar kewajiban-kewajiban jangka pendeknya tepat waktu. Salah satu bentuk apresiasi yang akan ditunjukkan perusahaan untuk menambah kepercayaan dan gambaran positif yang telah ada adalah dengan mempublikasikan informasi tambahan yang merepresentasikan kegiatan perusahaan yang peduli terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan, sedangkan hasil penelitian Raharja (2017) menunjukkan hasil sebaliknya bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh variabel-variabel terhadap CSR yang belum memberikan kesimpulan yang sama, sangat menarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian kembali mengenai variabel-variabel tersebut dalam pengaruhnya terhadap CSR. Penelitian ini diharapkan selain dapat memberikan manfaat kepada masyarakat dan lingkungan, juga memberikan banyak manfaat bagi perusahaan itu sendiri.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan adanya permasalahan yang telah terjadi maka peneliti mengidentifikasi dan menganalisis pokok-pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Apakah terdapat pengaruh profitabilitas terhadap tanggung jawab sosial perusahaan?
3. Apakah terdapat pengaruh likuiditas terhadap tanggung jawab sosial perusahaan?
4. Apakah terdapat pengaruh dewan komisaris terhadap tanggung jawab sosial perusahaan?
5. Apakah terdapat pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, dan dewan komisaris secara bersama-sama terhadap tanggungjawab sosial perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Dilihat dari rumusan masalah yang dilihat sebelumnya maka peneliti mengidentifikasi dan menganalisis tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh profitabilitas terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh likuiditas terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dewan komisaris terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.
5. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, dan dewan komisaris secara bersama-sama terhadap tanggungjawab sosial perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Perusahaan

Dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya, dimana perusahaan harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan dampak terhadap aspek ekonomi, misalnya tingkat keuntungan atau deviden, tetapi juga harus menimbang dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari keputusannya itu, baik untuk jangka pendek maupun untuk jangka panjang. Berdasarkan pengertian tersebut, CSR dapat dikatakan sebagai bentuk kontribusi perusahaan terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan dengan cara manajemen yang memberikan dampak (minimisasi dampak negatif dan maksimisasi dampak positif) terhadap seluruh pemangku kepentingannya.

2. Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan dapat mengetahui dan memahami hal-hal penting apa sajakah yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan di masa kini dan masa yang akan datang. Selain itu, mahasiswa pun dapat menjelaskan perubahan signifikan dalam kinerja sosial dan lingkungan perusahaan serta memahami fenomena sosial yang bermanfaat bagi pengembangan program tanggung jawab sosial perusahaan.