

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* mungkin masih terdengar asing dikalangan pengusaha nasional. Namun, bagi pengusaha asing, kegiatan yang dilakukan secara sukarela ini sudah biasa dilakukan oleh perusahaan-perusahaan multinasional. Kondisi di Indonesia kegiatan *CSR* baru dimulai beberapa tahun belakangan, tuntutan masyarakat dan perkembangan demokrasi serta adanya globalisasi dan pasar bebas memunculkan kesadaran dari dunia industri akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Suprpto pada tahun 2005 terhadap 375 perusahaan di Jakarta menunjukkan bahwa 166 atau 44,27% perusahaan menyatakan tidak melakukan kegiatan *CSR* dan 209 atau 55,75% perusahaan melakukan kegiatan *CSR*. Bentuk *CSR* yang dijalankan meliputi kegiatan kekeluargaan (116) perusahaan, sumbangan pada lembaga agama (50 perusahaan), sumbangan pada yayasan sosial (39 perusahaan), dan pengembangan komunitas (4 perusahaan).

CSR semakin populer ketika DPR menyetujui klausul *CSR* masuk ke dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) DAN uu No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UU PM). Pasal 74 UU PT menyebutkan bahwa setiap perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan

lingkungan. Jika tidak dilakukan, maka perseroan tersebut bakal dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

Di era persaingan yang semakin ketat setiap perusahaan dituntut untuk lebih terbuka. Keterbukaan perusahaan ini dapat berupa penyampaian informasi yang berkualitas dalam laporan tahunan. Laporan tahunan perusahaan merupakan pertanggung jawaban perusahaan atas pengelolaan dana perusahaan pada investor dan kreditor. Pertanggung jawaban manajemen tidak hanya terbatas pada pengelolaan dana, namun juga meliputi dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan terhadap lingkungan dan alam sosial (Zuhroh 2003). Mullins (dalam Magfiroh 2004) mendefinisikan tanggung jawab sebagai inisiatif yang dilakukan perusahaan terpisah dari tugas utamanya untuk memproduksi barang atau menyediakan jasa yang diarahkan untuk meningkatkan *performance* dan *image* perusahaan bagi masyarakat. (Madriyah, A, Anik, S., dan Rizal, A.,P. Pengungkapan *sosial dalam laporan tahunan perusahaan manufaktur yang tergabung dalam LQ 45*)

Dalam PSAK No.1 Revisi 2009 tahun 2011 tentang Penyajian Laporan Keuangan, bagian tanggung jawab atas Laporan Keuangan paragraf 09 dinyatakan 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.

Tanggung jawab sosial dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan

lingkungan sosialnya (Sembiring, 2003). Menurut Elkington (dalam Wibisono, 2007) jika perusahaan ingin bertahan maka perlu memperhatikan 3P, yakni profit yang diburu, memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*), dan ikut aktif menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). (Rahajeng, Rahmi G., 2010)

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility (CSR)* merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu memperhatikan masalah sosial dan lingkungan (Daniri, 2008a). Utomo (2007) menyatakan bahwa perkembangan *CSR* terkait dengan semakin parahnya kerusakan lingkungan yang terjadi baik di Indonesia maupun dunia, mulai dari penggundulan hutan, polusi udara dan air, hingga terjadinya perubahan iklim. (Rahajeng, Rahmi G., 2010)

Kegiatan *CSR* berwawasan lingkungan yang dilakukan PT. Astra Honda Motor (AHM) misalnya, lebih merujuk pada program penghijauan yang juga terintegrasi ke dalam produk-produk yang diproduksi. Sejak tahun 2005 hingga tahun 2009 AHM telah melakukan penanaman pohon lebih dari 6.600 pohon melalui Program Hijau Jakartaku yang merupakan bagian dari Program Penanaman Sejuta Pohon. Selain itu, AHM juga membangun 2 taman kota, yaitu di Jl. Galunggung, Jakarta Pusat, dan di Kompleks Perumahan Cirende Permai, Tangerang. AHM juga membangun Zona Teknologi Otomotif Roda Dua di Taman Pintar Yogyakarta, sebagai wahana edukasi tentang teknologi sepeda motor ramah lingkungan dan sosialisasi berkendara dengan aman. AHM juga mengklaim bahwa perusahaannya telah menerapkan *green process*, yaitu proses produksi pembuatan sepeda motor

yang memakai prinsip *reduce* (pengurangan), *reuse* (penggunaan kembali), *recycle* (daur ulang), *retrieve energy* (pemulihan kembali energi), dan *recover* (pemulihan) sesuai dengan sistem manajemen lingkungan ISO 14001 pada seluruh lini produksi. Kegiatan CSR berbasis lingkungan yang dilakukan oleh AHM juga telah diikuti oleh perusahaan-perusahaan serupa, terutama dalam hal pengembangan mesin motor yang ramah lingkungan, pendidikan berwawasan lingkungan hidup, dan pembangunan taman kota. (Endah, 2012, CSR Lingkungan : Kontribusi Swasta Menghijaukan Kota)

PT. Coca Cola Bottling Indonesia lebih mengarahkan kegiatan CSR lingkungannya pada konservasi sumber daya air. Selain terlibat dalam berbagai kampanye lingkungan, kegiatan *Water for School*, Program Cinta Air, dan penanaman pohon, produsen minuman ringan ini menerapkan konsep penghijauan melalui penggunaan biopori atau alat penyerapan air serta daur ulang sampah organik menjadi pupuk organik di pabrik-pabriknya dan lingkungan sekitarnya. Di Bandung PT. Coca Cola Bottling Indonesia bekerja sama dengan Universitas Padjadjaran dan Universitas Islam Bandung serta masyarakat sekitar membangun *Green Organic Farm* (Rumah hijau) yang merupakan sarana pembibitan tanaman untuk penghijauan dan pembelajaran bagi warga setempat. Sementara itu, PT. Coca Cola Amatil Indonesia (CCAI) di Bali telah mengganti kendaraan operasional karyawan dengan *E-Bike*, yaitu sepeda motor bertenaga listrik. Sepeda motor ini mampu mereduksi kontribusi karbondioksida ke udara hingga 78% per unitnya, tidak menimbulkan polusi suara, serta memiliki kendali kecepatan sehingga aman dan efisien untuk dikendarai. (Endah, 2012, CSR Lingkungan : Kontribusi Swasta Menghijaukan Kota)

Sasaran CSR lingkungan PT. Danone Indonesia juga banyak ditujukan bagi konservasi sumber daya air dan hutan. Melalui websitenya, PT. Danone Indonesia

menyebutkan tidak hanya terlibat dalam kegiatan konservasi Daerah Aliran Sungai yang terletak di 12 lokasi pabriknya di seluruh Indonesia, namun juga aktif melakukan reboisasi dan konservasi hutan melalui kegiatan penanaman ratusan ribu pohon di kawasan hutan lindung, lahan kritis, dan pegunungan di pulau Jawa. Salah satu bagian kegiatan CSR PT. Danone untuk menyelesaikan masalah berkaitan dengan penyediaan air bersih adalah Program Satu untuk Sepuluh yang hingga saat ini masih terus dilakukan. Program ini bertujuan untuk dapat menyediakan bak-bak penampung air bersih bagi masyarakat Nusa Tenggara Timur yang sering mengalami kekeringan. (Endah, 2012, CSR Lingkungan : Kontribusi Swasta Menghijaukan Kota)

Kegiatan CSR Starbucks Coffe Indonesia (SCI) lebih banyak diterapkan secara langsung, baik melalui produk dan pelayanan yang dihasilkan, fasilitas toko, maupun kegiatan kampanye lingkungan bersama komunitasnya. Adapun strategi yang diambil SCI adalah *renewable energy* (energi terbarukan), *energy conservation* (konservasi energi), *Collaboration* (kolaborasi), dan *Advocacy* (advokasi). Dalam situsnya, SCI menyebutkan bahwa pihaknya berupaya untuk secara signifikan mengecilkan dampak lingkungan melalui menghemat energi dan air, mengurangi limbah yang berhubungan dengan pemakaian tisu, cangkir, maupun pembungkus produknya, meningkatkan kegiatan daur ulang, serta memakai konsep *green building* (bangunan hijau) pada gerai-gerai tokonya di seluruh dunia. Komitmen SCI untuk memperjuangkan kebijakan perubahan iklim dilakukan advokasi melalui kemitraan dengan perusahaan maupun organisasi lainnya. SCI juga bekerja sama dengan Conservation International dengan melakukan uji coba program insentif konservasi hutan di Sumatera, Indonesia, dan Chiapas, Mexico yang menghubungkan para

petani kopi dengan perdagangan karbon sebagai upaya untuk mengurangi emisi karbon. (Endah, 2012, CSR Lingkungan : Kontribusi Swasta Menghijaukan Kota)

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam menyusun skripsi dengan judul **“Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Size, Likuiditas, dan Profitabilitas dalam Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Laporan Keuangan Perusahaan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dapat dilihat betapa pentingnya pelaksanaan CSR bagi sebuah perusahaan dikarenakan menyangkut keberlangsungan hidup perusahaan tersebut (*going concern*) karena pelaksanaan CSR erat kaitannya antara hubungan perusahaan dengan *stakeholder* dan dengan masyarakat luas.

Berdasarkan hal tersebut yang akan menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh karakteristik perusahaan (Ukuran Dewan Komisaris) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Apakah ada pengaruh karakteristik perusahaan (*Size*) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Apakah ada pengaruh karakteristik perusahaan (Likuiditas) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
4. Apakah ada pengaruh karakteristik perusahaan (Profitabilitas) terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Manfaat dan tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah :

1. Karakteristik perusahaan (Ukuran Dewan Komisaris) berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Karakteristik perusahaan (*Size*) berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Karakteristik perusahaan (Likuiditas) berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
4. Karakteristik perusahaan (Profitabilitas) berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian ini juga dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat menempuh sidang dalam program strata satu di Universitas Kristen Maranatha.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya di bidang akuntansi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Manfaat bagi praktisi bisnis

a. Pihak manajemen dan perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk pengambilan keputusan oleh pihak manajemen perusahaan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan keuangan yang akan disajikan.

b. Pihak calon investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang penyajian laporan keuangan tahunan sehingga dapat dijadikan acuan untuk pembuatan keputusan investasi.

c. Pihak pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penyusunan standar akuntansi oleh penyusun standar akuntansi yang saat ini sedang bersama-sama dengan kementerian lingkungan hidup menyusun standar akuntansi lingkungan.