

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini perusahaan-perusahaan yang ada semakin berkembang pesat. Perkembangan ini dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan-perusahaan yang bermunculan. Semakin banyaknya perusahaan baru yang bermunculan menyebabkan persaingan diantara perusahaan semakin ketat. Disamping itu perusahaan juga dituntut untuk memenuhi harapan-harapan dari para pemangku kepentingan (Kusumadilaga, 2010). Perusahaan yang hanya memikirkan untuk mendapatkan keuntungan yang besar akan mengganggu aktivitas operasional perusahaan yang menyebabkan sumber daya yang dimiliki tidak dapat digunakan dengan baik. Akibatnya perusahaan akan memberikan dampak yang buruk bagi lingkungan dan masyarakat yang ada disekitarnya (Pradyani dan Sisdayani, 2015). Apabila perusahaan tidak tanggap akan kerusakan yang ada akan mengakibatkan menurunnya reputasi perusahaan hingga perusahaan tersebut ditutup.

Akhir-akhir ini tuntutan terhadap perusahaan kian bertambah. Sekarang sering bermunculan wacana mengenai *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah bersifat wajib bagi beberapa perusahaan untuk menerapkannya dan tidak lagi bersifat sukarela ketika melakukan kegiatan didalam perusahaan. *Corporate Social Responsibility* tidak hanya berfokus untuk mendapatkan laba, namun juga terhadap lingkungan sosial dan masyarakat disekitar yang akan terkena dampak dari kegiatan perusahaan tersebut (Kusumadilaga, 2010). *Corporate Social Responsibility* (CSR) sedang berkembang karena adanya dampak buruk yang timbul akibat kerusakan lingkungan yang disebabkan dari aktivitas operasional

perusahaan yang tidak disadari oleh perusahaan tersebut. Perusahaan yang wajib melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah perusahaan yang bergerak dibidang sumber daya alam baik yang baru maupun yang lama, UKM, maupun perusahaan yang mengalami untung dan rugi. Hal ini telah diatur didalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007 mengenai tanggung jawab sosial perusahaan. Pada pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan bahwa Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Perseroan yang tidak melaksanakan kewajibannya akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang telah ditetapkan. Sanksi yang didapat perusahaan bila tidak melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) seperti mendapat sanksi administratif berupa pencabutan izin usaha, peringatan tertulis, pembatasan kegiatan usaha dan peraturan perundang-undangan yang telah ditetapkan. Wacana tentang *Corporate Social Responsibility* tersebut muncul dengan dilandasi pemikiran bahwa keberadaan perusahaan tidak lepas dari lingkungan disekitarnya. Oleh karena itu, setiap tindakan yang dilakukan oleh perusahaan akan berdampak nyata terhadap kualitas kehidupan manusia disekitarnya, baik individu, masyarakat, dan sekelilingnya.

Selain itu masyarakat juga membutuhkan informasi mengenai kegiatan sosial apa saja yang telah dilakukan oleh perusahaan. Sekarang penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak hanya dianggap sebagai *cost* tetapi sebagai investasi yang dilakukan oleh perusahaan (Erni, 2007; dalam Sutopoyudo, 2009). CSR merupakan pengungkapan di dalam laporan tahunan yang tidak hanya berpijak pada *single bottom line* yaitu nilai perusahaan (*corporate value*), namun juga berpijak pada *triple*

bottom lines yaitu keuangan, sosial dan lingkungan (Daniri, 2008; dalam Machmud dan Djakman 2008). Pada intinya *Corporate Social Responsibility* adalah kewajiban organisasi bisnis untuk mengambil bagian dalam kegiatan yang bertujuan melindungi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* juga dapat digunakan sebagai media untuk melakukan komunikasi yang baik antara stakeholder dan perusahaan (Darwin, 2007). Praktik pengungkapan CSR telah banyak diterapkan oleh perusahaan publik di Indonesia. Pada laporan tahunannya, perusahaan telah menyebutkan aspek yang berkaitan dengan pertanggungjawaban sosial walaupun dalam bentuk yang masih sederhana. Meskipun informasi mengenai CSR yang diungkap dalam laporan tahunan tersebut belum mencakup semua, tetapi itikad baik dari perusahaan ini perlu untuk mendapatkan apresiasi, setidaknya perusahaan telah menyadari bahwa pentingnya informasi yang terkait dengan CSR. Dampak yang ditimbulkan dari kegiatan perusahaan juga berbeda-beda meskipun memiliki jenis usaha yang sama sehingga berpengaruh terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan.

Selain itu juga dapat membuktikan bahwa aktivitas CSR dapat memberikan manfaat kepada masyarakat. Dengan mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan juga dapat meningkatkan *image* dan nilai dari perusahaan tersebut. Dengan melakukan perluasan CSR maka akan memberikan dampak positif yaitu kenaikan harga saham karena nilai dari perusahaan tersebut terlihat baik dan kinerja dari perusahaan tersebut juga baik. Pelaksanaan CSR bagi perusahaan membutuhkan biaya dan merupakan beban bagi perusahaan. Profitabilitas merupakan suatu kemampuan perusahaan mendapatkan laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva dan modal sendiri Sartono, (1998). Semakin besar profitabilitas yang dimiliki perusahaan tersebut menunjukkan bahwa

perusahaan dapat menghasilkan laba yang semakin besar sehingga dapat meningkatkan aktifitas CSR dan dapat melaporkan dalam laporan tahunan perusahaan (Kamil dan Herusetya, 2012; dalam Rosiana, dkk 2013). Hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* memberikan pandangan bahwa reaksi sosial membutuhkan gaya manajerial. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pula tingkat pengungkapan informasi sosialnya (Hackstone dan Milne, 1996; dalam Sembiring, 2005). Selain itu, dengan tingkat profitabilitas yang tinggi, perusahaan dapat mengalokasikan profitnya untuk pelaksanaan aktifitas sosial.

Pada perusahaan yang termasuk dalam *high profile* pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Selain itu, perusahaan juga mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, tingkat resiko politik yang tinggi, atau tingkat kompetensi yang kuat (Robert, 1992; dalam Utomo, 2000). Sebaliknya, perusahaan *low-profile* adalah perusahaan yang tidak terlalu memperoleh sorotan luas dari masyarakat manakala operasi yang mereka lakukan mengalami kegagalan atau kesalahan pada aspek tertentu dalam proses atau hasil produksinya.

Pada perusahaan *high profile* lebih mengungkapkan bagaimana tanggung jawab social perusahaannya dibandingkan dengan perusahaan *low Profile*. Perusahaan *high profile* merupakan perusahaan yang memiliki *consumer visibility*, tingkat resiko politik, dan tingkat kompetensi yang lebih tinggi dibandingkan dengan *low profile* (Nugrahani, 2009). Hal ini karena perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan lebih memperhatikan pertanggung jawaban sosialnya kepada masyarakat, karena hal ini akan meningkatkan citra perusahaan dan dapat mempengaruhi tingkat penjualan. Robert, (1992; dalam

Sembiring, 2005) menyatakan bahwa penelitian terdahulu yang mencakup profile perusahaan telah terdapat suatu hubungan sistematis antara karakteristik-karakteristik tersebut dengan aktivitas pertanggung jawaban sosial. Tentu saja semua klasifikasi itu merupakan hal yang subjektif. Adapun perusahaan yang termasuk kedalam kategori industri *high profile* pada umumnya adalah memiliki karakteristik seperti memiliki jumlah tenaga kerja yang besar serta dalam proses ketika melakukan produksi mengeluarkan residu, contohnya seperti limbah, serta polusi (Zuhroh dan Sukmawati, 2003). Hasibuan, (2001; dalam Sembiring, 2005) mengklasifikasikan perusahaan *high profile* meliputi perusahaan perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, argobisnis, tembakau dan rokok, kesehatan, serta makanan dan minuman. Sedangkan pada industri *low profile* terdiri dari bangunan, keuangan dan perbankan, *supplier* peralatan medis, property, *retailer*, tekstil, dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga (Utomo, 2000 dan Sembiring, 2006). Perusahaan yang dalam prakteknya sering mengabaikan kepentingan sosial dan tanggungjawab, perlahan-lahan saat ini mulai memperhatikan nilai-nilai sosial. Perusahaan mulai menyadari bahwa dengan memperhatikan lingkungan sosial akan memberikan kesan baik bagi perusahaan dan dapat memaksimalkan laba yang didapatkan bagi perusahaan.

Berbagai penelitian terkait dengan pengungkapan CSR menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa penelitian yang telah dilakukan menunjukkan adanya hubungan yang positif antara pengungkapan CSR perusahaan dengan *profitabilitas* (Theodoran dan Agus 2010; Sri dan Sawitri 2011; dan Achmad, 2007). Namun ada beberapa juga hasil penelitian lainnya menunjukkan adanya hubungan yang tidak signifikan antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR (Reni, 2006 dan Lidya, 2011). Berbagai penelitian yang berhasil membuktikan hubungan positif

antara variabel ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR yaitu dilakukan oleh Eddy (2005). Namun tidak semua penelitian mendukung hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) dimana penelitian tersebut meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam mengungkapkan *corporate social responsibility*. Penelitian Anggraini berhasil menemukan faktor-faktor kepemilikan manajemen dan *profile* menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian Rosmasita (2007) berhasil menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* dalam perusahaan manufaktur antara lain : kepemilikan manajemen, leverage, ukuran perusahaan dan profitabilitas. Penelitian lain juga dilakukan oleh Puspitasari (2009) yang menemukan bahwa faktor kepemilikan saham asing, kepemilikan saham publik, ukuran industri dan tipe industri berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR di Indonesia. Ketidakkonsistenan penelitian terdahulu ditunjukkan oleh penelitian Aninditya (2015) menyatakan bahwa *profile* dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sedangkan profitabilitas, leverage, dan umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Terdapat beberapa motivasi yang memicu perlunya penelitian ini, yaitu munculnya tren bagi perusahaan untuk berperilaku lebih etis dengan lebih memperhatikan faktor lingkungan dan sosial, serta teori-teori yang mendasari CSR banyak yang menyebutkan kaitan antara CSR dengan perusahaan.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah *profile* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?

1.3.Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitiannya:

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

1.4.Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas maka penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat akademik
Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan, pemahaman, serta wawasan tentang pengaruh *profile* dan profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
2. Manfaat praktis
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pengguna laporan keuangan seperti investor, pemerintah untuk melihat apa saja tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan tersebut untuk mengambil keputusan.

1.5.Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam tugas akhir ini, disusun sebagai berikut:

1. BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, permasalahan, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penulisan, serta sistematika penulisan.

2. BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang, ladsan teori dan juga model dari penelitian ini.

3. BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan desain penelitian, definisi operasional, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

4. BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bagian ini berisi analisis dari hasil pengolahan data dan pembahasan mengenai pengaruh profiitabilitas dan *profile* perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur di BEI

5. BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Pada bab ini berisikan beberapa kesimpulan, keterbatasan dan saran dari hasil penelitian.