

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perusahaan memiliki peranan yang penting bagi kehidupan manusia yaitu sebagai penyedia barang dan jasa kebutuhan manusia baik kebutuhan pokok yang meliputi kebutuhan sandang, pangan, dan papan maupun kebutuhan tersier. Tanpa adanya perusahaan sebagai penyedia kebutuhan hidup, manusia akan kesulitan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Dalam memenuhi kebutuhan manusia, perusahaan memerlukan bahan baku yang berasal dari alam untuk memproduksi sebuah produk. Kegiatan produksi perusahaan berhubungan dengan alam mulai dari pengambilan bahan baku dari alam sampai dengan pembuangan limbah hasil produksi. Jika pemanfaatan sumber daya alam dilakukan secara terus menerus tanpa adanya usaha untuk memelihara, maka lingkungan tersebut dapat tercemar dan rusak. Dengan keberpihakan perusahaan kepada pemilik modal mengakibatkan perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat (sosial) secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan pada akhirnya mengganggu kehidupan manusia (Anggraini, 2006).

Oleh karena itu perusahaan seharusnya memikirkan aspek sosial seperti alam, masyarakat, karyawan, serta produk yang dihasilkan itu sendiri. Teori yang memikirkan aspek sosial tersebut

disebut dengan *triple bottom line* (Elkington, 1997; dalam Wibisono, 2007:32). Dengan tidak hanya memperhatikan laba yang diperoleh dan memikirkan kepentingan lingkungan sekitar, perusahaan akan lebih bertanggung jawab dalam mengelola lingkungan sekitarnya. Upaya dalam mengelola lingkungan secara baik harus dilakukan oleh perusahaan sebagai tanggung jawabnya kepada lingkungan.

Upaya tersebut dikenal dengan istilah tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial adalah komitmen perusahaan yang menekankan bahwa perusahaan harus mengembangkan etika bisnis dan praktik bisnis yang berkesinambungan (*sustainable*) secara ekonomi, sosial, dan lingkungan. Landasan pemikiran ini adalah perusahaan tidak hanya memikirkan urusan pemegang saham (*shareholder*) saja melainkan juga urusan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang termasuk di dalamnya adalah karyawan, pelanggan, pemerintah, pemasok dan masyarakat. Tanggung jawab sosial juga memiliki pengertian bahwa seperti halnya individu, perusahaan memiliki tugas moral untuk berlaku jujur, mematuhi hukum, dan menjunjung integritas. Tanggung jawab sosial dan lingkungan menurut UU Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan terbatas adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik perseroan sendiri, komunitas setempat maupun masyarakat pada umumnya.

Praktik pelaksanaan tanggung jawab sosial di Indonesia diatur dalam UU Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Pasal 74 ayat 1 dalam UU tersebut menyebutkan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Sedangkan dalam UU Nomor 25 tahun 2007 tentang penanaman modal, pasal 15 (b) menyatakan bahwa “setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”. Adanya UU tersebut merupakan sebuah bentuk kepedulian pemerintah terhadap masalah-masalah sosial yang menjadi tanggung jawab sosial perusahaan. Pada UU no 25 tahun 2007 mengenai penanaman modal, terdapat sanksi bagi perusahaan yang tidak melakukan aktifitas sosialnya. Sanksi yang dikenakan adalah peringatan tertulis, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal, dan pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal. Hal tersebut akan membuat perusahaan lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan sosialnya. Regulasi diharapkan dapat meningkatkan semangat pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan secara baik dan jujur.

Perusahaan dapat melakukan tanggung jawab sosial sesuai dengan kebijakan perusahaan untuk memilih kegiatan apa saja yang akan dilakukan untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Banyaknya kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan tidak dibatasi oleh peraturan yang dibuat oleh pemerintah, sehingga perusahaan dapat membuat kebijakan berapa banyak kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Tanggung jawab sosial dapat

dilakukan oleh perusahaan dengan berbagai macam cara, misalnya penanganan limbah, pengambilan bahan baku dari alam, usaha untuk memelihara lingkungan, pemberdayaan karyawan, ataupun pemberdayaan masyarakat sekitar lingkungan perusahaan dengan memberikan sumbangan ataupun kegiatan masyarakat. Tekanan dari berbagai pihak memaksa perusahaan untuk menerima tanggung jawab atas dampak aktifitasnya terhadap masyarakat (Sembiring, 2005).

Kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan perlu diungkapkan dalam laporan yang dibuat oleh perusahaan agar para pengguna laporan keuangan, khususnya investor dan juga kreditor memiliki informasi yang lengkap mengenai perusahaan secara luas sehingga tidak terjadi asimetri informasi antara investor dan kreditor dengan pihak manajemen (Ujiyantho dan Bambang, 2007). Selain itu, pentingnya mengungkapkan kegiatan sosial adalah laporan yang dibuat akan lebih andal, merefleksikan kondisi perusahaan sebenarnya dan laporan tersebut dapat mempertanggungjawabkan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melakukan tanggung jawab sosial.

Informasi mengenai tanggung jawab sosial yang dilaksanakan perusahaan tersebut diungkapkan pada laporan tahunan perusahaan. Informasi tersebut mendeskripsikan kegiatan apa saja yang dilakukan oleh perusahaan dan biaya yang dikeluarkan dari kegiatan tersebut. Informasi pada laporan tahunan perusahaan

mengenai tanggung jawab sosial harus diungkapkan secara jelas agar tidak terjadi asimetri informasi oleh pihak investor atau kreditor.

Dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial tersebut, perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas (Sembiring, 2005; Anggraini, 2006; Apriwenni, 2009), profil perusahaan (Sembiring, 2005), ukuran dewan komisaris (Sembiring, 2005; Apriwenni, 2009), kepemilikan manajemen (Apriwenni, 2009). Profil perusahaan tidak diteliti dalam penelitian ini karena objek penelitian saat ini hanya meneliti perusahaan manufaktur *high profile*.

Ukuran perusahaan adalah seberapa besarnya perusahaan. Semakin besar sebuah perusahaan maka semakin banyak kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh investor dalam menganalisis keputusan investasinya. Perusahaan besar cenderung akan mengungkapkan informasi mengenai tanggung jawab sosialnya lebih banyak daripada perusahaan kecil agar dapat menarik perhatian investor. Dari sisi tenaga kerja, dengan semakin banyaknya jumlah tenaga kerja dalam suatu perusahaan, maka tekanan pada pihak manajemen untuk memperhatikan kepentingan tenaga kerja akan semakin besar (Sembiring, 2005). Sehingga semakin besar ukuran perusahaan, maka perusahaan tersebut akan lebih mengungkapkan informasi mengenai tanggung jawab sosialnya.

Leverage menunjukkan perbandingan antara kewajiban dengan ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan. *Leverage* yang tinggi menandakan banyaknya kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh

kreditor, sehingga perusahaan harus mengungkapkan informasi mengenai tanggung jawabnya agar kreditor memiliki informasi yang lengkap. Tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditor (Marwata, 2001; dalam Anggraini, 2006). Sehingga, semakin besar *leverage* maka perusahaan akan semakin mengungkapkan informasi mengenai tanggung jawab sosialnya.

Profitabilitas merefleksikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi lebih luas termasuk informasi mengenai aktifitas tanggung jawab sosial. Informasi mengenai aktifitas sosial diungkapkan agar investor yakin akan kinerja yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga investor mau menanamkan dananya di perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan premis bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas (Kokubu dkk., 2001; dalam Sembiring, 2005). Dengan tingkat profitabilitas yang tinggi, perusahaan dapat mengalokasikan profitnya untuk pelaksanaan aktifitas sosial.

Dewan komisaris adalah sebuah dewan yang bertugas untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direktur perusahaan. Dewan komisaris akan memberikan tekanan kepada manajemen untuk memastikan perusahaan telah mengungkapkan tanggung jawab sosialnya bagi investor sebagai informasi yang dibutuhkan investor. Dewan komisaris akan mendesak manajemen

untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial guna memberikan informasi bagi investor secara jelas. Semakin banyak komisaris dalam sebuah perusahaan, semakin mudah komisaris mengontrol CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif (Arifin, 2002; dalam Sembiring, 2005). Sehingga, semakin banyak dewan komisaris maka perusahaan akan semakin mengungkapkan informasi mengenai tanggung jawab sosialnya.

Kepemilikan manajemen adalah besarnya saham yang dimiliki oleh pihak manajemen. Jika pihak manajemen memiliki saham dalam perusahaan, mereka akan merasa ikut memiliki perusahaan sehingga mereka akan lebih termotivasi untuk mengungkapkan informasi tanggung jawab sosialnya. Jika manajemen memiliki saham yang besar, manajemen akan lebih produktif karena mereka merasa sebagai pemilik, dan tidak hanya sebagai pengelola saja. Manajemen perusahaan akan mengungkapkan tanggung jawab dalam rangka meningkatkan *image* perusahaan (Anggraini, 2006). Sehingga, semakin besarnya kepemilikan manajemen maka perusahaan akan semakin mengungkapkan informasi mengenai tanggung jawab sosialnya.

Objek penelitian adalah perusahaan manufaktur *high profile* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. Perusahaan manufaktur memiliki siklus yang lebih banyak daripada perusahaan dagang dan jasa karena terdapat siklus produksi yang dilakukannya. Siklus produksi tentunya memiliki hubungan erat dengan lingkungan sekitarnya entah itu dari pengambilan bahan baku, pemrosesan,

ataupun pengelolaan limbah sehingga perusahaan manufaktur cenderung akan lebih banyak memiliki aktifitas sosialnya dibandingkan dengan perusahaan jasa dan dagang.

Perusahaan *high profile* adalah perusahaan yang memiliki *consumer visibility*, tingkat resiko politik, dan tingkat kompetisi yang lebih tinggi dibanding perusahaan *low profile* (Nugrahani, 2009). Perusahaan *high profile* cenderung akan mengungkapkan informasi mengenai tanggung jawab sosial lebih luas daripada perusahaan *low profile* (Sembiring, 2005). Hasibuan (2001); Henny dan Murtanto (2001); Utomo (2000) dalam Sembiring (2005) mengklasifikasikan perusahaan *high profile* yang meliputi perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, agrobisnis, tembakau dan rokok, kesehatan, media dan komunikasi, transportasi dan pariwisata, serta makanan dan minuman. Sehingga objek penelitian perusahaan manufaktur pada penelitian saat ini meliputi perusahaan sektor kimia, kertas, otomotif, tembakau dan rokok, kesehatan, serta makanan dan minuman.

Periode penelitian adalah tahun 2009 sampai dengan tahun 2011 dimana periode tersebut merupakan periode data perusahaan yang terbaru sehingga data tersebut relevan untuk diteliti dan merefleksikan keadaan perusahaan saat ini. Data yang diambil adalah 3 tahun terakhir karena pada tahun 2008 terjadi krisis keuangan dunia yang mempengaruhi Perbankan, Bursa Saham, Nilai tukar dan Inflasi, Ekspor dan Impor, Sektor Ritel dan Pengangguran (Wibowo, 2008). Krisis keuangan dunia akan berdampak pada keuangan

perusahaan sehingga perusahaan akan mengurangi biaya-biaya agar perusahaan tetap menghasilkan laba sehingga perusahaan akan lebih sedikit melakukan tanggung jawab sosialnya pada saat terjadi krisis keuangan.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: “Apakah Ukuran Perusahaan, *leverage*, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, dan kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011?”

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah menguji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, dan kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat Praktis

Sebagai masukan bagi investor saat akan menginvestasikan dananya di perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial dan menjadi salah satu sumber pertimbangan dalam pembuatan regulasi yang berkenaan dengan praktik tanggung jawab sosial perusahaan dan memberikan masukan untuk meningkatkan regulasi yang sudah ada agar peraturan yang dibuat perusahaan dapat memotivasi perusahaan dalam melakukan dan melaporkan tanggung jawab sosialnya.

2. Manfaat Akademis

Sebagai acuan atau pembanding bagi peneliti berikutnya yang akan meneliti topik sejenis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial.

1.5. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini dibagi menjadi 5 bab, dengan sistematika sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang penelitian terdahulu, landasan teori, pengembangan hipotesis dan model analisis.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang desain penelitian, identifikasi variabel, definisi dan pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, serta teknis analisis data.

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang karakteristik objek penelitian, deskripsi data, analisis data, dan pembahasannya.

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat simpulan hasil penelitian, keterbatasan dan saran-saran yang bermanfaat penelitian selanjutnya