

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Terdapat berbagai kasus mengenai dampak adanya kegiatan suatu perusahaan. Salah satunya pencemaran sungai Ciliwung yang kian parah akibat limbah yang diduga berasal dari pabrik dan tempat usaha di sekitar sungai di Kota Depok, Jawa Barat (<http://www.antaranews.com>, diakses 29 November 2013). Perusahaan mempunyai kewajiban yang harus senantiasa dipenuhi, kewajiban tersebut tidak hanya pada pemegang saham namun juga kewajiban terhadap pihak lain termasuk masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang biasa disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat. Perusahaan dihadapkan pada kenyataan bahwa walaupun tujuan utamanya mencari keuntungan, namun tidak dapat dilepaskan dari masyarakat. Diharapkan dengan penerapan CSR maka perusahaan akan dapat melangsungkan usahanya dalam jangka panjang (Gunawan dan Suhartini, 2008).

Fenomena mengenai pencemaran lingkungan juga terjadi di sungai Ciliwung yang melintasi tiga kabupaten, yakni Subang, Purwakarta, dan Karawang mengalami pencemaran. Diduga sumber pencemaran berasal dari sejumlah pabrik di kawasan Purwakarta dan Karawang, yang membuang limbah cair sembarangan ke sungai tersebut. Tingkat pencemarannya sudah sangat berat dan membahayakan keselamatan lingkungan. Bahkan di Kabupaten Karawang, kegiatan domestik seperti pasar, rumah makan, bengkel, maupun pemukiman padat penduduk juga menghasilkan limbah cair berbahaya. Meski sama-sama melakukan kegiatan industri, namun para pengusaha tersebut menyangkal telah melakukan pencemaran serta saling menuding. Seharusnya para pengusaha

tersebut harus saling menyadari dan bersama-sama menangani masalah pencemaran yang ditimbulkan oleh kegiatan usahanya (<http://www.inilahkoran.com>, diakses 29 November 2013).

Corporate Social Responsibility (CSR) dicetuskan sebagai suatu visi akuntabilitas suatu bisnis. Kuncinya adalah terfokus pada proteksi lingkungan dan keselamatan kerja para pekerja, dan pengembangan komunitas dan masyarakat secara umum baik saat ini maupun masa depan. Konsep CSR ini didukung oleh ide-ide bahwa perusahaan tidak akan dapat lebih lama bertahan dalam suatu ekonomi yang terisolasi dan tidak peduli terhadap masyarakat sekitarnya. Konsep CSR ini mengarahkan bahwa suatu perusahaan tidak akan dapat bertahan lama apabila perusahaan mengisolasi dan membatasi dirinya dari masyarakat sekitarnya (Djajadiningrat dan Melia, 2004: 35,36).

Bentuk tanggung jawab sosial perusahaan bermacam-macam, sesuai dengan kebijakan perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan antara lain yaitu pemberian tunjangan, pemberian penghargaan bagi karyawan teladan, pemberian beasiswa, seperti yang dilakukan oleh PT Djarum. PT Djarum aktif melakukan kegiatan CSR sejak awal berdirinya pada 1950-an. Kegiatan CSR yang dilakukan oleh Djarum berfokus pada tiga hal, yaitu bakti olahraga, bakti pendidikan, dan bakti lingkungan. Salah satu yang menonjol adalah sumbangan Djarum untuk menyokong dunia bulu tangkis Indonesia sejak 1969 melalui Persatuan Bulutangkis (PB) Djarum dan melahirkan beberapa bintang besar seperti Liem Swie King, Alan Budi Kusumah, dan Hastomo Arbi (<http://mazda4education.wordpress.com>, diakses 1 November 2013).

Kewajiban untuk melaksanakan CSR tertuang dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74. Pasal 74 tersebut menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang/berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, UU No. 40 Tahun 2007 pasal 1 ayat 3, menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan, untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Peraturan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan tersebut merupakan bentuk ketegasan pemerintah terhadap perusahaan *go public* dan seharusnya diimbangi kesadaran dari perusahaan untuk melakukan CSR (Indrawan, 2011).

Penerapan CSR dalam perusahaan memungkinkan adanya timbal balik bagi perusahaan, yang dapat diukur dalam kinerja keuangan dan *media exposure*. Sedangkan kinerja keuangan dapat diukur melalui rasio keuangan (profitabilitas, likuiditas) dan *growth*. Menghitung rasio keuangan berasal dari akun-akun yang ada pada laporan keuangan. Menurut Sumarsan (2010: 42), laporan keuangan memberikan gambaran kinerja keuangan suatu perusahaan. Teknik yang digunakan dalam analisis laporan keuangan adalah analisis rasio dan analisis persentase. Hal tersebut untuk mengidentifikasi, mengkaji, dan merangkum hubungan-hubungan yang signifikan dari data keuangan perusahaan.

Profitabilitas akan menggambarkan hubungan antara penjualan dan beban serta laba/rugi, sehingga dapat dilihat kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Mengukur profitabilitas salah satunya dengan menggunakan *Return On Total Asset* (ROA). Likuiditas merupakan rasio untuk mengetahui kemampuan

perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek. Mengukur likuiditas salah satunya dengan menggunakan rasio lancar (*Current Ratio/CR*) (Sumarsan, 2010: 45, 51). Pertumbuhan perusahaan (*growth*) dapat menunjukkan peningkatan kinerja keuangan perusahaan. *Growth* merupakan tingkat pertumbuhan perusahaan yang diukur dengan pertumbuhan penjualan perusahaan (Sari, 2012). Perusahaan bisa mengungkapkan aktivitas CSR melalui berbagai media. Mengkomunikasikan CSR melalui media internet, diharapkan masyarakat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan (Kristi, 2012).

Beberapa penelitian terdahulu telah mencoba untuk mengungkapkan aktivitas CSR serta faktor yang mempengaruhi. Penelitian tersebut diantaranya dilakukan oleh Yintayani (2011), hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR. Penelitian Yintayani (2011), sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahman (2012) dan Sari (2012). Berdasarkan penelitian Rahman (2012), bisa ditarik simpulan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sari (2012), hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Hasil penelitian Yintayani (2011), Rahman (2012) dan Sari (2012), mengenai profitabilitas bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kristi (2012), Kamil dan Antonius (2012). Penelitian Kristi (2012), menunjukkan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. *Media exposure* memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Penelitian Kamil dan Antonius (2012), menunjukkan profitabilitas tidak terbukti

berpengaruh pada pengungkapan CSR, sedangkan likuiditas tidak terbukti berpengaruh pada pengungkapan CSR.

Terdapat perbedaan hasil antara beberapa penelitian tersebut. Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti topik serupa yang menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Peneliti akan menggunakan profitabilitas, likuiditas, *growth*, dan *media exposure* sebagai variabel independen, sedangkan CSR sebagai variabel dependen. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Sari (2012). Hal yang membedakan antara peneliti dengan penelitian tersebut yaitu variabel yang digunakan, dan tahun (periode) sampel penelitian.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu profitabilitas, likuiditas, *growth*, *media exposure*, dan CSR. Adapun variabel penelitian yang dilakukan oleh Sari (2012), variabel penelitiannya, yaitu *profile*, *size*, profitabilitas, *leverage*, *growth* dan *corporate social responsibility disclosure*. Periode sampel yang membedakan penelitian Sari (2012) dengan penelitian ini, yaitu penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur tahun 2010-2012. Perusahaan manufaktur tersebut terdaftar di BEI dan mempublikasikan laporan tahunan dengan periode 2010-2012, sedangkan sampel penelitian yang dilakukan Sari (2012), yaitu perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan dengan periode yang berakhir pada 31 Desember 2008-2010. Alasan peneliti menggunakan perusahaan manufaktur, karena perusahaan manufaktur lebih banyak mempunyai dampak terhadap lingkungan sekitarnya (Kamil dan Antonius: 2012).

Berdasarkan pemikiran-pemikiran tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, "pengaruh profitabilitas, likuiditas, *growth*, dan *media exposure* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan". Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada masing-masing perusahaan bisa saja berbeda. Penerapan tanggung jawab sosial perusahaan diharapkan membantu keseimbangan antara kegiatan usaha dengan lingkungan sekitar, sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
3. Apakah *growth* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
4. Apakah *media exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Untuk mengetahui pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *growth* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
4. Untuk mengetahui pengaruh *media exposure* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi akademisi:
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan tambahan pengetahuan mengenai pengaruh profitabilitas, likuiditas, *growth*, dan *media exposure* terhadap pengungkapan CSR.
 - b. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk mengkaji topik serupa untuk penelitian berikutnya.
2. Bagi praktisi:
 - a. Sebagai informasi bagi perusahaan lainnya dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
 - b. Sebagai bahan pertimbangan bagi pengambil kebijakan (pemilik perusahaan) dalam mengungkapkan CSR.