

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejarah akuntansi yang berkembang pesat menyebabkan pelaporan akuntansi lebih banyak digunakan sebagai alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal sehingga orientasi perusahaan lebih berfokus kepada para pemilik modal. Di sisi lain, jika ditinjau dari segi ekonomi tujuan utama perusahaan adalah memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya sehingga seringkali perusahaan mengabaikan dampak sosial dan lingkungan yang terjadi atas tindakan ekonomi yang dilakukan dimana tindakan tersebut dapat menimbulkan kerusakan lingkungan, misalnya penggundulan hutan, polusi udara, pencemaran air, dan sebagainya. Fokus terhadap pemilik modal dan upaya pencapaian tujuan perusahaan semaksimal mungkin mengakibatkan perusahaan mengeksploitasi sumber daya alam secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan dapat mengganggu kehidupan manusia. Melalui kegiatan tanggung jawab sosial (*corporate social respons-sibility*) yang biasa juga dikenal dengan *triple bottom line (economic, social, and environmental)*, diharapkan perusahaan tidak hanya berfokus pada masalah finansial tetapi juga memperhatikan keadaan sosial dan lingkungan sekitarnya (Santoso, 2012).

Secara teoritis CSR merupakan inti dari etika bisnis, dimana suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada para pemegang saham (*stakeholder*) tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban kepada pihak lain (*stakeholder*) yang tidak dapat lepas dari kenyataan bahwa suatu perusahaan tidak bisa hidup, beroperasi dan bertahan serta memperoleh keuntungan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Sehingga CSR lebih memperdulikan kepentingan perusahaan terhadap pihak-pihak lain secara

lebih luas daripada hanya kepentingan perusahaan itu sendiri. Berbagai kegiatan CSR pada perusahaan umumnya berdampak pada pengeluaran, yang pada akhirnya akan mengurangi keuntungan perusahaan. Hal tersebut merupakan salah satu tujuan perusahaan, yaitu memaksimalkan kekayaan pemegang saham, yang dioperasionalkan dengan memaksimumkan keuntungan, sehingga CSR sepertinya tidak konsisten dengan tujuan tersebut. Dengan demikian, perusahaan tidak termotivasi melaksanakan CSR (Darwin, 2007).

CSR saat ini bukan lagi bersifat sukarela/komitmen yang dilakukan perusahaan di dalam mempertanggung jawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib/menjadi kewajiban beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya sesuai dengan ketentuan Badan Pengawas Pasar Modal (BAPEPAM) (sekarang Otoritas Jasa Keuangan). Alasan perusahaan melakukan pelaksanaan CSR diantaranya adalah untuk mentaati peraturan yang ada. Pelaksanaan CSR juga telah mendapat sorotan dari pemerintah, diantaranya dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Selain sebagai tuntutan bagi perusahaan, saat ini tanggung jawab sosial juga dianggap sebagai sebuah kebutuhan bagi perusahaan. Apabila dirancang dan diterapkan dengan benar maka tanggung jawab sosial perusahaan akan menjadi investasi sosial jangka panjang yang berguna, baik untuk meningkatkan citra perusahaan dimata publik dan investor maupun sebagai strategi bisnis dan pengendalian risiko sosial perusahaan (Budiman, 2015).

Perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya untuk melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosialnya sehingga mengurangi pendapatan dalam perusahaan. Tetapi seiring berjalannya waktu, perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial akan menghasilkan loyalitas konsumen yang lebih besar terutama dalam hal produk-produk yang bersifat ramah lingkungan. Untari (2010) menyatakan bahwa perusahaan yang besar dengan tingkat profitabilitas tinggi akan mengungkapkan informasi sosial yang lebih besar. Salah satu tujuan perusahaan mengungkapkan kinerja lingkungan, sosial dan finansial di dalam laporan tahunan atau laporan terpisah adalah untuk mencerminkan tingkat akuntabilitas, responsibilitas dan transparansi korporat kepada investor dan *stakeholder* lainnya. Pengungkapan tersebut bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan *stakeholder* lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan CSR dan lingkungan sosial dalam setiap aspek kegiatan operasinya (Darwin, 2007).

The World Business Council of Sustainable Development merumuskan CSR sebagai komitmen berkelanjutan dari bisnis untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi sekaligus meningkatkan kualitas hidup angkatan kerja dan keluarga mereka serta masyarakat lokal dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kualitas hidup mereka (Azheri, 2011:20).

Dengan penerapan CSR, kita dapat melihat kepedulian perusahaan terhadap lingkungan perusahaan maupun terhadap para *stakeholder*. Sehingga penerapan CSR akan memberikan dampak positif bagi perusahaan maupun *stakeholder*. Penerapan CSR dipercaya dapat meningkatkan kinerja perusahaan, dimana para *investor* cenderung menanamkan modal kepada perusahaan yang

melakukan kegiatan CSR. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan yang memiliki kepedulian sosial dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan.

Penerapan CSR oleh perusahaan dapat diwujudkan dengan *corporate social responsibility disclosure* yang disosialisasikan ke publik dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan (Sari, 2012). Penerapan CSR semakin mendapat perhatian oleh kalangan pelaku usaha karena dengan CSR akan meningkatkan kontrol sosial dan tindakan kritis dari masyarakat disebabkan karena banyak perusahaan yang menciptakan masalah sosial seperti polusi, sumber daya, limbah, mutu produk, tingkat keselamatan produk, serta hak dan status tenaga kerja. Sehingga memaksa perusahaan untuk memberikan tanggung jawab atas dampak aktivitas bisnisnya terhadap masyarakat (Gray *et al* (1987) dalam Sudana *et al*, 2011).

Untuk mengetahui tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan, maka dapat kita lihat dari karakteristik perusahaan tersebut. Karakteristik perusahaan merupakan bentuk ciri dari karakter yang melekat pada suatu perusahaan yang dapat dilihat dari ukuran perusahaan, likuiditas, *leverage* dan profitabilitas.

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pelaksanaan CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Ukuran perusahaan bisa dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki lebih banyak dari pada perusahaan kecil. Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran kecil. Ukuran perusahaan digunakan untuk mengukur besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan melalui *log* (total aset). Menurut (Halim 2007:42) semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka

kecenderungan menggunakan modal asing juga semakin besar, misalnya pada penelitian yang membahas tentang ukuran perusahaan, hasil penelitian Rindawati (2015), Agung dan Ardhani (2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Akan tetapi hal tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitri dan Andi (2016), Santoso dan Erline (2012), Amalia (2013), Khikmah (2011) dan Fatoni, Rita, Andini (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR.

Likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Menurut Harahap (2007:301) rasio likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan kewajiban jangka pendeknya. Halim dan Hanafi (2009:204-205) menyebutkan bahwa rasio lancar merupakan salah satu komponen rasio likuiditas rasio ini menunjukkan besarnya kas yang dimiliki perusahaan. Semakin kecilnya kegagalan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek atau semakin tinggi rasio, maka semakin tinggi pula jaminan yang akan diberikan kepada kreditor jangka pendek serta akan menyebabkan tingkat pertanggung jawaban perusahaan akan semakin meningkat. Beberapa penelitian yang dilakukan oleh Aulia dan Wawo (2016), Kamil (2012), Masyitah (2016), dan Wandayani dan Sagara (2015) memperoleh hasil bahwa likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rafika dan Yogi (2014) yang menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Leverage mengukur seberapa banyak perusahaan menggunakan dana dari hutang atau pinjaman (Martono dan Harjito, 2005:53). Tujuan *leverage* bagi

perusahaan adalah meningkatkan hasil pengambilan bagi para pemegang saham biasa, walaupun hal ini berdampak pada peningkatan resiko yang ditanggung baik resiko bisnis maupun resiko keuangan (Kasmir, 2010:153). Penelitian yang dilakukan Azwir, Pipin dan Teguh (2013), Masyitah (2016), Aulia dan Wawo (2016) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Berbeda dengan penelitian Santoso dan Chandra (2012), Anggraini dan Jogi (2014), Wijaya (2012), Agung dan Ardhani (2015), Wahyu (2015) dan Amalia (2013) yang menjelaskan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR.

Profitabilitas menurut Kasmir (2012, 196) adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Profitabilitas diproksikan melalui *Return on Assets* (Linda, 2016). Menurut Kasmir (2012, 201) ROA adalah rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Beberapa penelitian yang dilakukan oleh Amalia (2013), Wahyu (2015), Wandayani dan Sugara (2015) memperoleh hasil bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR. Hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nasir, Kurnia, Teguh (2013), Anggraini dan Yogi (2014), dan Ribut dan Dewi (2014) yang menjelaskan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR.

Berbagai penelitian terdahulu telah dilakukan untuk menganalisis pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* namun belum menunjukkan hasil yang konsisten. Diantara variabel-variabel yang digunakan untuk melihat pengaruh CSR perusahaan memunculkan hasil yang berbeda-beda. Hal ini menjadi suatu hal yang menarik untuk dikaji lebih dalam.

Penelitian ini mereplikasi dari penelitian Azwir *et al* (2013) yang meneliti tentang Pengaruh Kepemilikan Manajerial, *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Perusahaan *Food and Bevarage* yang Terdaftar di BEI. Pada penelitian ini pemilihan periode selama tiga tahun memiliki tujuan untuk mendapatkan data terbaru dan diharapkan akan mendapat hasil yang baik dalam menjelaskan pengaruh ukuran perusahaan, likuiditas, *leverage* dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR. Selain itu penelitian ini memilih sampel perusahaan manufaktur karena laju pertumbuhan perusahaan manufaktur dari tahun 2014-2016 meningkat. Dalam BEI, sektor-sektor yang tergolong dalam perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang bergerak di sektor industri dan kimia, aneka industri, dan industri barang konsumsi.

Dilihat dari beberapa penelitian yang di atas, maka terdapat keberagaman hasil yang menghubungkan faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap pengungkapan *corporate social responsibilty*. Karena itu penelitian lebih lanjut masih perlu dilakukan. Hal inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian lanjut dengan judul “Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*.”

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR?
2. Apakah likuiditas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR?
3. Apakah *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR?
4. Apakah Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016.
2. Untuk menguji pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan CSR perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016.
3. Untuk menguji pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016.
4. Untuk menguji pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan CSR perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Bagi peneliti bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai luas pengungkapan laporan keuangan sehingga memperoleh gambaran antara kesesuaian dilapangan dengan teoritis.

2. Bagi Manajemen Perusahaan

Bagi manajemen perusahaan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan manajemen dalam mengelola perusahaan agar dapat menghasilkan kinerja yang baik dan mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan.

3. Bagi Akademisi

Bagi akademisi penelitian ini diharapkan dapat menjadi literatur bagi teman-teman mahasiswa dan pihak-pihak lain yang akan melakukan penelitian selanjutnya.