

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan memiliki peranan penting dalam perekonomian. Keberadaannya tidak terlepas dari masyarakat dan lingkungan. Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang sering disebut dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* telah menjadi isu dikalangan masyarakat, dunia bisnis dan pemerintah Indonesia maupun luar negeri, dimana perusahaan tidak hanya menerapkan prinsip *single bottom line* yaitu pencapaian aspek keuangan (*profit*) secara maksimal, namun dapat menerapkan konsep *triple bottom lines*. Konsep *Triple bottom lines* disebut juga dengan *the three pillars* yang terdiri dari aspek finansial atau ekonomi (*profit*), aspek sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*). *Profit* merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha dimana perusahaan harus berorientasi mendapatkan keuntungan untuk dapat terus beroperasi dan berkembang, sedangkan *people* dan *planet* mengharuskan perusahaan untuk dapat memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat dan menjaga alam.

Menurut *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* (2003), *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja dengan karyawan, keluarga mereka, masyarakat setempat, dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kualitas hidup mereka (Mardikanto, 2014:95). *CSR* sering dianggap sebagai inti dari etika bisnis, bahwa suatu perusahaan selain

berkewajiban finansial kepada pemegang saham (*Shareholder*), namun juga memiliki kewajiban terhadap pihak-pihak yang berkepentingan seperti: karyawan, konsumen, masyarakat, lingkungan sekitar perusahaan dan lain-lain. CSR dapat dikatakan sebagai kontribusi perusahaan dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan melalui cara manajemen dampak yaitu meminimalisasi dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif terhadap seluruh pemangku kepentingan. Kemampuan masyarakat yang semakin kritis dalam melakukan kontrol sosial menimbulkan kesadaran tentang pentingnya penerapan dan pengungkapan CSR.

Di Indonesia, landasan hukum tanggung jawab sosial perusahaan diatur dalam UU RI No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, pada bab IV, bagian kedua, pasal 66 ayat 2c yang mengatur tentang laporan tahunan disebutkan bahwa direksi harus menyampaikan laporan tahunan yang sekurangnya memuat laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan; dan pada bab V tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan, Pasal 74 ayat 1, berbunyi, “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.” Peraturan lain terkait CSR adalah Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 47 Tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas, pada pasal 2 berbunyi, ”setiap perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan.”

Perusahaan yang menjalankan CSR dapat dengan mudah menjamin keberlangsungan operasional perusahaan selain itu juga perusahaan akan

mendapatkan manfaat lebih dengan melakukan praktik dan pengungkapan *CSR* tersebut (Wiyuda dan Pramono, 2017). Pengungkapan *CSR* mampu memberikan informasi terkait dampak sosial dan lingkungan dari operasional perusahaan kepada pihak yang berkepentingan maupun masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab perusahaan yaitu menyediakan laporan keuangan kepada *shareholder* melainkan dapat memberikan laporan tambahan terkait tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan informasi *CSR* pada laporan keuangan juga dilihat oleh investor sebagai hal yang sangat penting dalam pengambilan keputusan investasi (Chek et al., 2013 dalam Jurnal et al., 2017).

Perbedaan luas dan isi pengungkapan *CSR* setiap perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Penelitian terkait faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *CSR* seperti ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, kepemilikan institusional, *leverage* dan profitabilitas masih menunjukkan hasil yang belum konsisten.

Menurut Subiantoro dan Mildawati (2015), ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis. Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Dalam penelitian Jurnal et al. (2017) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan *CSR*. Hal ini didukung dengan penelitian Sari dan Rani (2015), Purba dan Yadnya (2015), Robiah dan Erawati (2017), dan Al-baab dan Yunia, (2017) sedangkan dalam penelitian Laksmitaningrum dan Purwanto (2013)

menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap *CSR*.

Ukuran jumlah dewan komisaris dalam perusahaan jika dikaitkan dengan teori agensi adalah semakin besar atau banyaknya jumlah dewan komisaris yang akan memudahkan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR*) yang diatur oleh pemerintah. Dengan ukuran dewan komisaris yang semakin besar, maka akan memberikan keuntungan karena dewan komisaris dalam melakukan pengawasan pengambilan keputusan cenderung akan berusaha melaksanakan *CSR* sesuai dengan aturan pemerintah (P, 2016). Menurut penelitian Laksmitaningrum dan Purwanto (2013) ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *CSR*, hal ini diperkuat dengan penelitian P (2016) yang menunjukkan hasil adanya pengaruh positif terhadap pengungkapan *CSR*. Lain halnya dengan penelitian Wardani dan Januarti (2013) menunjukkan hasil bahwa ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan *CSR*, sedangkan dalam penelitian Astuti dan Trisnawati (2015) ukuran dewan komisaris tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *CSR*.

Berkaitan dengan kepemilikan institusional dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga terjadi ketidak konsistenan hasil, penelitian Sari dan Rani (2015) dan Jurnal et al., (2017) menunjukkan hasil bahwa kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap *CSR* sedangkan Kusumadewi dan Suaryana (2014) kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap *CSR*, namun penelitian Laksmitaningrum dan Purwanto (2013) dan Al-

baab dan Yunia (2017) tidak menemukan hubungan yang signifikan antara kepemilikan institusional terhadap pengungkapan *CSR*.

Hasil penelitian yang dilakukan Astuti dan Trisnawati (2015) dan Samsiyah dan Kurnia (2014) menunjukkan hasil bahwa *leverage* memiliki pengaruh terhadap *CSR*, serta dalam penelitian Purba dan Yadnya (2015), Rofiqkoh dan Priyadi (2016) *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap *CSR*, sedangkan dalam penelitian Wardani dan Januarti (2013) *leverage* tidak memiliki pengaruh negatif serta dalam penelitian Laksmitaningrum dan Purwanto (2013), Robiah dan Erawati (2017), Al-baab dan Yunia (2017), dan Jurnal et al. (2017) tidak ditemukan pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *CSR*.

Profitabilitas yang diukur dengan menggunakan ROA (*Return on Asset*) memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *CSR* (Eka Samsiyah, 2014). Dalam penelitian Wardani dan Januarti (2013), Laksmitaningrum dan Purwanto (2013), Purba dan Yadnya (2015), dan Rofiqkoh dan Priyadi (2016), profitabilitas menunjukkan hasil memiliki pengaruh positif terhadap *CSR* sedangkan dalam penelitian Al-baab dan Yunia (2017) dan Jurnal et al., (2017) tidak menemukan hasil profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*.

Pentingnya pengungkapan *CSR* membuat banyak peneliti melakukan penelitian dan diskusi tentang praktik dan motivasi perusahaan mengungkapkan *CSR*. Pengukuran *CSR* menggunakan indikator kinerja yang disusun dalam GRI (*Global Reporting Initiatives*) pada tahun 2014 sebanyak 150 item yang bersumber dari www.globalreporting.org. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis akan melakukan penelitian mengenai Pengaruh Ukuran Perusahaan,

Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2014-2016.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang di atas, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2014-2016?
2. Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2014-2016?
3. Apakah kepemilikan institusional berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2014-2016?
4. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2014-2016?
5. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2014-2016?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini antara lain:

1. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2014-2016
2. Untuk menganalisis pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2014-2016
3. Untuk menganalisis pengaruh kepemilikan institusional terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2014-2016
4. Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2014-2016
5. Untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2014-2016

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memperoleh manfaat, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi peneliti atau pembaca serta dapat digunakan sebagai bahan referensi oleh peneliti selanjutnya dalam

melakukan penelitian dengan topik bahasan yang sejenis di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pihak Perusahaan atau manajemen

Memberikan informasi kepada manajer tentang pentingnya penerapan dan pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur serta dapat digunakan sebagai pengambilan keputusan agar selalu memperhatikan lingkungan sekitar.

b. Bagi Investor atau calon investor

Dapat memberikan gambaran kepada investor dan/atau calon investor dalam mempertimbangkan untuk melakukan pengambilan keputusan.

c. Bagi Masyarakat

Memberikan pengetahuan bagi masyarakat agar dapat mengontrol kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan skripsi ini disusun secara teratur dalam bab per bab yang masing-masing bab dibagi menjadi sub bab, dengan maksud untuk memberikan gambaran penelitian yang lebih jelas dan sistematis agar mempermudah bagi pembaca dalam memahami penulisan penelitian ini. Isi dan bahasa ini disajikan dalam bentuk sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN. Bab ini menjelaskan mengenai ide yang mendasari dilaksanakannya penelitian ini dan berisi latar belakang yang secara garis besar memuat hal-hal yang mengantarkan pada pokok permasalahan atau

issue, rumusan masalah yang menjadi dasar dilaksanakannya penelitian, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian, manfaat yang diharapkan dari penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA. Bab ini membahas mengenai tinjauan pustaka yang menguraikan teori-teori yang relevan tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)*, mendeskripsikan teoritis variabel penelitian yang meliputi: ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, kepemilikan institusional, *leverage* dan profitabilitas perusahaan dengan melakukan analisis terhadap laporan keuangan perusahaan manufaktur. Selain itu, bab ini juga mencantumkan telaah penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan pengembangan hipotesis.

BAB III MOTODE PENELITIAN. Bab ini bersisi tentang jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan sumber data penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, dalam bab ini peneliti mencoba menganalisis dan membahas berdasarkan ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, kepemilikan institusional, *leverage* dan profitabilitas perusahaan dalam mempengaruhi variabel dependennya yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)* serta menjelaskan hasil pengumpulan data, hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP. Bab ini berisi tentang simpulan, hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran yang diharapkan untuk penelitian selanjutnya.