

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan akuntansi saat ini sangat pesat, hal ini menyebabkan pelaporan akuntansi lebih sering digunakan sebagai alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal, sehingga mengakibatkan orientasi perusahaan lebih berpihak kepada pemilik modal. Dengan keberpihakan perusahaan kepada pemilik modal perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber alam secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan pada akhirnya mengganggu kehidupan manusia.

Seringkali aspek-aspek social, ekonomi dan lingkungan hidup manusia di sekitarnya tidak diperhatikan oleh perusahaan-perusahaan. Padahal keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila, perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta yang saat ini sedang terjadi yaitu mengenai resistensi masyarakat, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan-perusahaan yang tidak memperhatikan aspek social, ekonomi, dan lingkungan hidup di sekitar perusahaan. Dalam rangka memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri adalah dengan membangun kerjasama antar *stakeholder* yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat disekitarnya atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

CSR itu sendiri merupakan sebuah komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap suatu *issue* tertentu di masyarakat ataupun lingkungan sekitar untuk dapat menciptakan suatu lingkungan yang jauh lebih baik. Kontribusi perusahaan ini sendiri bisa dilakukan dengan banyak hal, yaitu misalnya bantuan dana, bantuan berupa barang, dan bantuan tenaga ahli dari perusahaan. Yang perlu dibedakan yaitu bahwa CSR berbeda dengan kegiatan *charity*. Kegiatan *charity* hanya berlangsung sekali dan bersifat sementara, yang justru menimbulkan ketergantungan public atau masyarakat sekitar terhadap perusahaan. Sementara, program CSR merupakan tindakan yang berkelanjutan dan memiliki tujuan untuk sebuah kemandirian publik.

Menurut Azwir Nasir (2013) CSR sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini *bottom lines* lainnya selain *finansial* juga ada sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*).

Menurut Agatha Kristi (2013), meskipun sudah ada peraturan-peraturan yang mengatur pelaksanaan dan pelaporan CSR, namun peraturan-peraturan tersebut tidak memberikan pedoman khusus mengenai bagaimana dan informasi apa saja yang harus dilaporkan oleh perusahaan mengenai pelaksanaan CSR, sehingga pengungkapan yang memadai terkait dengan kegiatan CSR masih dirasa kurang. Selama ini pengungkapan mengenai kegiatan CSR hanya berlatar kebutuhan perusahaan untuk membentuk *image* bahwa dalam pandangan

stakeholder perusahaan memiliki kepedulian terhadap lingkungan sosial dan lingkungan hidup.

Menurut Azwir Nasir (2013) di Indonesia wacana mengenai CSR mulai mengemuka pada tahun 2001, namun sebelum wacana ini mengemuka telah banyak perusahaan yang menjalankan CSR dan sangat sedikit yang mengungkapkannya dalam sebuah laporan. Hal ini terjadi mungkin karena kita belum mempunyai sarana pendukung seperti: standar pelaporan, tenaga terampil (baik penyusun laporan maupun auditornya). Di samping itu sektor pasar modal Indonesia juga kurang mendukung dengan belum adanya penerapan indeks yang memasukkan kategori saham-saham perusahaan yang telah mempraktikkan CSR.

Perusahaan seharusnya melakukan pengungkapan CSR, karena hal ini sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan karena dampak-dampak lingkungan yang ditimbulkannya. Kondisi dunia yang tidak menentu seperti terjadinya *global warming*, kemiskinan yang semakin meningkat serta memburuknya kesehatan masyarakat memicu perusahaan untuk melakukan tanggungjawabnya. CSR bagian yang penting dalam strategi perusahaan dalam berbagai sektor dimana terjadi ketidakkonsistenan antara keuntungan perusahaan dan tujuan sosial, atau perselisihan yang dapat terjadi karena isu-isu tentang kewajaran yang berlebihan.

Di Indonesia peraturan mengenai *Corporate Social Responsibility* diatur dalam Undang Undang Perseroan Terbatas. Sejak tanggal 23 September 2007, pengungkapan tanggungjawab social perusahaan (*corporate social responsibility disclosure*) mulai diwajibkan melalui UU Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007, khususnya untuk perusahaan-perusahaan yang hidup dari ekstraksi sumber

daya alam. Dalam pasal 74 ayat 1 disebutkan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab social dan lingkungan”. Sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut menciptakan iklim penerapan kegiatan CSR bagi seluruh perusahaan public secara *mandatory* dan tidak lagi bersifat *voluntary*.

Pemilihan sampel Perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI ini adalah karena perusahaan pada sektor *Food and Beverages* adalah perusahaan yang dalam proses produksinya selalu membutuhkan bahan produksi yang berasal dari alam. Dapat dikatakan bahwa perusahaan pada sektor *Food and Beverages* ini adalah perusahaan yang bertanggungjawab pada kelestarian sumber daya alam yang tersedia di bumi ini. Selain itu, perusahaan makanan dan minuman sangat sensitif terhadap isu kerusakan lingkungan, untuk itu jenis industri ini berusaha membuat komitmen untuk ikut berupaya melestarikan lingkungan terutama di lingkungan sekitar organisasi beroperasi. Maka dari itu perusahaan ini sangat penting untuk melaporkan laporan tanggungjawab sosialnya.

Berdasarkan pernyataan di atas ada beberapa hal yang mempengaruhi pengungkapan CSR, diantaranya adalah ukuran perusahaan; profitabilitas yang dapat diukur dengan *Net Profit Margin* (NPM), *Gross Profit Margin* (GPM), *Return on Investment* (ROI), *Return on Equity* (ROE); leverage; umur perusahaan; ukuran dewan komisaris; kinerja lingkungan; solvabilitas; porsi kepemilikan saham publik; kepemilikan manajerial; kepemilikan saham pemerintah; media exposure; kepemilikan saham pemerintah; dan kepemilikan saham asing. Namun

yang akan diteliti oleh peneliti adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, umur perusahaan, dan *leverage*.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar, hal tersebut menyebabkan perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan semua informasi daripada perusahaan kecil. Menurut Sembiring (2006), secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar mempunyai aktivitas operasi yang lebih banyak dan memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, serta mungkin akan memiliki pemegang saham yang lebih banyak yang akan selalu memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan informasi sosial perusahaan akan semakin luas. Hal tersebut menyebabkan perusahaan yang lebih besar dituntut untuk memperlihatkan/mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilakukan oleh beberapa penelitian sebelumnya, dan hasil penelitian-penelitian tersebut menunjukkan ketidakkonsistenan. Yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ihyaul Ulum (2011) menunjukkan tidak ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap CSR, Maria Wijaya (2012) menyimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan positif antara ukuran perusahaan terhadap CSR, Azwir Nasir (2013) membuktikan bahwa tidak ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap CSR, sedangkan Ahmad Kamil (2012) menyimpulkan bahwa ada pengaruh positif signifikan antara ukuran perusahaan terhadap CSR.

Profitabilitas dapat dilihat dari rasio *Net Profit Margin* (NPM). NPM dapat menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih. Menurut Rani (2014), NPM merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. NPM digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih. Semakin besar NPM berarti semakin efisien perusahaan tersebut dalam mengeluarkan biaya-biaya sehubungan dengan kegiatan operasinya. Penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap CSR yang dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya mengalami ketidakkonsistenan. Penelitian yang dilakukan oleh Ihyaul Ulum (2011) membuktikan bahwa tidak ada pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maria Wijaya (2012) dan Azwir Nasir (2013), sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Fathia Vivie (2014) menunjukkan bahwa ada pengaruh profitabilitas terhadap CSR. Menurut Fahrizqi (2010) terdapat hubungan positif antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR.

Semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi. Fahmi (2011) menjelaskan bahwa *leverage* sering diartikan sebagai pendongkrak kinerja perusahaan dan identik dengan hutang. *Leverage* sendiri merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya. Penelitian

sebelumnya mengenai pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terdapat ketidakkonsistenan. Penelitian yang dilakukan oleh Ihyaul Ulum(2011) menyimpulkan bahwa tidak ada pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maria Wijaya(2012). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Azwir Nasir(2013) menunjukkan bahwa ada pengaruh *leverage* dengan pengungkapan CSR, hasil sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fathia Vivie Lamia(2014).

Umur perusahaan memiliki hubungan positif dengan pengungkapan CSR karena perusahaan yang berdiri sudah lama memiliki pengalaman lebih banyak dalam hal pengungkapan CSR. Umur perusahaan diperkirakan memiliki hubungan positif dengan kualitas ungkapan sukarela. Alasan yang mendasari adalah bahwa perusahaan yang berumur lebih tua memiliki pengalaman lebih banyak dalam mempublikasikan pengungkapan informasi sosial. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya menghasilkan pendapat yang kontraditif, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ihyaul Ulum(2011) menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara umur perusahaan dengan pengungkapan CSR, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Azwir Nasir(2013) menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan umur perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Penelitian yang dilakukan Andi Kartika(2009) yang mengatakan terdapat pengaruh positif antara umur perusahaan dengan kelengkapan pengungkapan informasi sosial. Tetapi penelitian yang dilakukan Utami dan Prastiti(2011)

mengatakan tidak terdapat hasil yang signifikan antara variabel umur perusahaan dengan *social disclosure* perusahaan.

Dengan adanya ketidakkonsistenan yang telah dibahas di atas, hal tersebut menjadikan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai hal ini yang kemudian penelitian ini diberi judul “**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN UMUR PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGES YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2010-2014**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, dapat disampaikan beberapa rumusan masalah diantaranya :

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) pada Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab social perusahaan (CSR) pada Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI?
3. Apakah *leverage* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab social perusahaan (CSR) pada Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI?

4. Apakah umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab social perusahaan (CSR) pada Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI.

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggungjawab social perusahaan (CSR) pada Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI.
2. Mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggungjawab social perusahaan (CSR) pada Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI.
3. Mengetahui pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan tanggungjawab social perusahaan (CSR) pada Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI.
4. Mengetahui pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggungjawab social perusahaan (CSR) pada Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian yang dilakukan peneliti dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan antara lain :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan tolak ukur bagi pihak manajemen perusahaan dalam melakukan pengungkapan CSR karena keberlangsungan usaha tidak hanya selalu mengacu pada faktor ekonomi tapi juga keberlangsungan kehidupan social dan lingkungan di sekitarnya.

2. Bagi Penyusun

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai sejauh mana pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, umur perusahaan, dan *leverage* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan sector *Food and Beverage*.

3. Bagi Pemerintah

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk penyusunan standar akuntansi yang saat ini sedang bekerja sama dengan kementerian lingkungan hidup dalam penyusunan standar akuntansi lingkungan.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini akan memuat beberapa bab yang disusun sistematis dalam urutan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan mengenai gambaran umum penelitian meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini diuraikan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang prosedur untuk menjawab permasalahan meliputi rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data serta teknik analisis yang digunakan.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini akan menjelaskan tentang Gambaran Umum Penelitian serta Analisis dan Pembahasan yang sudah diperoleh peneliti

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini akan menjelaskan tentang Kesimpulan dan Keterbatasan dalam penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya