

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tanggung jawab sosial masih diposisikan secara marginal, dan cenderung kurang memiliki apresiasi secara tepat. Konteks seperti itu terjadi, paling tidak dipicu oleh kondisi, yaitu masih belum seragam dan jelas batasan tanggung jawab sosial, sikap opportunistis perusahaan terlebih *social responsibility* mengandung biaya yang cukup besar yang belum tentu memiliki relevansi terhadap pencapaian tujuan yang bersifat *economic motive*, kurang respon *stakeholder* sehingga kurang menciptakan *social control* meskipun masyarakat merupakan *social agent*, dukungan tata perundangan yang masih lemah, standar operasional yang kurang jelas, dan belum jelasnya ukuran evaluasi (Nor Hadi, 2009).

Perusahaan yang merupakan bagian dari masyarakat dan lingkungan perlu menyadari bahwa keberhasilan yang dicapai perusahaan bukan hanya dipengaruhi oleh faktor internal namun juga dipengaruhi oleh masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan. Perusahaan juga dituntut untuk melakukan tindakan yang lebih mengarah kepada masyarakat dan lingkungan dalam hal kepedulian. Maka dari itu, sebagai wujud kepedulian dan tanggung jawab, perusahaan melakukan pertanggungjawaban sosial atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Dengan konsep *Triple Bottom Line* yang dikemukakan oleh John Elkington padatahun 1997, kini perusahaan dihadapkan pada tiga konsep yaitu *profit*, *people*, dan *planet*. Maksudnya, tujuan CSR harus mampu

meningkatkan laba perusahaan, mensejahterakan karyawan dan masyarakat, sekaligus meningkatkan kualitas lingkungan.

Perusahaan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan sebuah motivasi untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap hasil pencapaian usaha perbaikan terhadap lingkungan sekitar perusahaan. CSR juga merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, pandangan masyarakat terhadap perusahaan menjadi meningkat. Investor pun akan lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat, loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga dalam waktu lama penjualan perusahaan akan membaik dan profitabilitas perusahaan juga meningkat. Jika perusahaan berjalan dengan baik dan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat.

Fenomena mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terjadi pada beberapa waktu yang lalu yaitu issue kandungan minyak babi di Indonesia. Sempat gempar akibat adanya kasus menggunakan lemak babi dalam suatu produk. Issue tersebut cukup menggemparkan masyarakat Indonesia yang sebagian besar adalah Muslim. Issue ini muncul ketika salah seorang peneliti dari Universitas Brawijaya yang menengarai adanya kandungan lemak babi dalam beberapa produk yang beredar. Issue tersebut adalah gelatin dan *shortening* yang sebagian di antaranya dibuat dari bahan babi, alkohol, dan *lard*.

Issue tersebut meledak dan menghebohkan konsumen produk konsumen. Lebih dari 63 jenis produk konsumen mengandung lemak babi yang oleh penganut Islam adalah haram. Akibatnya, produk-produk yang dicurigai mengandung minyak babi tersebut, seperti: Dancow, Indomie, Kecap Bango, Sugas, pasta gigi Colgate dan lainnya mengalami penurunan penjualan sangat drastis.

Kasus lemak babi tersebut merupakan bom waktu kelemahan perusahaan dalam memahami dan melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap para pemangku kepentingan, yang tidak hanya dilihat pada aspek karitatif dan jaminan kualitas dan kesehatan produk yang dihasilkan. Tanggung jawab sosial harus masuk dalam ranah pertanggungjawaban keamanan pelaksanaan ibadah yang merupakan refleksi jaminan keamanan menjalankan perintah agama, khususnya umat islam. Hal itu menjadi pelajaran berharga bagi konsumen dan umat untuk membentuk Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetik MUI (LPPOM). Hasil kajian LPPOM akhirnya dijadikan dasar bagi Komisi Fatwa MUI untuk mengeluarkan fatwa halal yang akan diterbitkan sertifikat halal.

Daniri (2008) dalam Achmad (2011) menyatakan bahwa pelaksanaan CSR di Indonesia sangat tergantung pada pimpinan puncak korporasi. Artinya, kebijakan CSR tidak selalu dijamin selaras dengan visi dan misi korporasi. Jika pimpinan perusahaan memiliki kesadaran moral yang tinggi, besar kemungkinan korporasi tersebut menerapkan kebijakan CSR yang benar. Sebaliknya, jika bentuk kepemimpinannya hanya beracuan pada kepentingan kepuasan pemegang saham (produktivitas tinggi, profit besar, nilai saham tinggi) serta pencapaian prestasi pribadi, kebijakan CSR hanya sekedar hiasan. Sampai saat ini,

pemahaman mengenai CSR masih belum merata. Banyak perusahaan yang menjadikan *charity* sebagai bentuk CSR mereka. Padahal CSR merupakan kebijakan strategis dengan tujuan jangka panjang dan dilaksanakan secara berkelanjutan.

Profitabilitas merupakan suatu kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau keuntungan. Apabila laba perusahaan tinggi, pengungkapan *corporate social responsibility* juga akan semakin tinggi. Teori legitimasi memiliki alasan tentang hubungan ukuran perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility*. Perusahaan besar yang melakukan aktivitas operasional yang lebih banyak memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat sehingga pengungkapan *corporate social responsibility* semakin besar pula. Perusahaan *go public* dan telah listing dalam BEI merupakan perusahaan-perusahaan yang memiliki proporsi kepemilikan saham oleh publik di mana semua aktivitas dan keadaan perusahaan wajib dilaporkan dan diketahui oleh publik sebagai salah satu bagian dari pemegang saham perusahaan. Semakin tinggi tingkat kepemilikan saham oleh publik maka dapat diprediksi bahwa perusahaan akan melakukan tingkat pengungkapan sosial yang lebih luas.

Berbagai penelitian terkait dengan pengungkapan CSR dikaitkan dengan beberapa faktor yang mempengaruhi seperti profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan saham publik menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa penelitian yang telah dilakukan menunjukkan adanya hubungan yang positif antara pengungkapan CSR perusahaan dengan profitabilitas (Gusti dan Ida, 2014, serta Achmad, 2011). Akan tetapi beberapa penelitian lainnya menunjukkan adanya

hubungan yang tidak signifikan antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas yakni Marzully dan Denies (2012) serta Agus (2011.).

Penelitian yang berhasil membuktikan hubungan positif antara variabel ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR dilakukan oleh Marzully dan Denies (2012) serta Maria (2012). Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan positif antar kedua variabel tersebut, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Achmad (2007).

Penelitian yang berhasil menunjukkan bahwa kepemilikan saham publik berpengaruh terhadap pengungkapan CSR yaitu penelitian yang dilakukan oleh Eka (2011). Namun, hasil penelitian yang dilakukan oleh Gusti dan Ida (2014) menyatakan bahwa kepemilikan saham publik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali mengenai bagaimana pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Penelitian ini akan dilakukan terhadap laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang berkategori *high profile* yang listing di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2014. Penelitian terhadap perusahaan berkategori *high profile* dikarenakan perusahaan *high profile* merupakan industri yang mendapat perhatian lebih dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi yang berhubungan dengan kepentingan *stakeholder*. Perusahaan *high profile* merupakan perusahaan yang memiliki

tingkat kepedulian tinggi terhadap lingkungan dan mampu berkompetisi secara kuat.

1.2 Perumusan Masalah

- a. Apakah terdapat pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ?
- b. Apakah terdapat pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ?
- c. Apakah terdapat pengaruh Kepemilikan Saham Publik terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR.
- b. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR.
- c. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan CSR.

1.4 Manfaat Penelitian

Bagi perkembangan dunia akademik, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi tambahan literatur bagi pihak lain yang melakukan penelitian mengenai pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan CSR. Bagi masyarakat secara umum,

penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran mengenai peranan dan praktik *Corporate Social Responsibility*.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penulisan sistematika dapat disusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini menguraikan tentang penelitian terdahulu dan landasan teori yang mengetengahkan teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Bab ini juga menjelaskan kerangka pemikiran yang melandasi hipotesis penelitian dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bagian ini menguraikan mengenai rancangan penelitian, batasan-batasan penelitian, deskripsi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data yang digunakan, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bagian ini menguraikan mengenai hal-hal yang akan dibahas dalam gambaran subyek penelitian dan analisis data yang meliputi gambaran subyek penelitian, analisis data, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bagian ini menguraikan mengenai hal-hal yang akan dibahas dalam penutup yang meliputi kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.

