

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Corporate Social Responsibility adalah suatu bentuk pertanggungjawaban atau kepedulian suatu perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan dengan melakukan kegiatan sosial guna untuk mensejahterakan masyarakat, meningkatkan kualitas lingkungan. Dengan kata lain, *Corporate Social Responsibility* dapat dikatakan sebagai kontribusi perusahaan terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan. Di sisi lain, tanggung jawab sosial perusahaan adalah kegiatan yang tidak termasuk dalam pembuatan laporan keuangan perusahaan. Dengan melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* ini perusahaan sangat mendapat dukungan penuh dari pihak masyarakat, karena kegiatan ini merupakan kegiatan sosial perusahaan yang harus dilaksanakan. Tanggung jawab sosial perusahaan juga dapat diartikan sebagai peran sosial dari perusahaan kepada lingkungan serta masyarakat sekitarnya.

Menurut Muhammad (2011) mengatakan bahwa “ukuran perusahaan, profitabilitas sangat berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*”. Menurut Muhammad (2011) “Pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan (*Corporate Social and Environmental Disclosures / CSED*) merupakan bentuk laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan”. Berkembangnya CSR berhubungan dengan semakin parahny kerusakan lingkungan yang terjadi di Indonesia maupun dunia,

mulai dari penggundulan hutan, polusi udara dan air, hingga perubahan iklim. Hingga saat ini beberapa perusahaan belum melaksanakan *Corporate Social Responsibility*, kurangnya pemahaman mengenai *Corporate Social Responsibility*, dampak serta efeknya melaksanakan *Corporate Social Responsibility* tersebut. Keberadaan CSR berfungsi untuk memperkuat *going concern* perusahaan itu sendiri dengan cara membangun kerjasama antar stakeholder yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat sekitarnya. Kemampuan perusahaan agar dapat beradaptasi dengan lingkungannya, komunitas dan stakeholder yang terkait dengannya, baik lokal, nasional, maupun global.

Perusahaan melaksanakan *Corporate Social Responsibility* terhadap lingkungan maka akan timbul pandangan yang positif masyarakat terhadap kegiatan sosial ini. Beberapa penelitian yang ada menyatakan bahwa ukuran perusahaan, dan profitabilitas sangat berpengaruh signifikan terhadap luasnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian Reni (2006) menunjukkan hasil yang berbeda yaitu profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial. Profitabilitas merupakan faktor yang sangat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* karena semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka semakin tinggi pula perusahaan mampu memperoleh keuntungan yang lebih besar. Ukuran perusahaan juga merupakan faktor yang sangat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Semakin besar ukuran perusahaan tersebut maka semakin

besar pula informasi yang tersedia dan luas pengungkapan informasinya. Semakin tinggi *leverage* maka semakin tinggi pula resiko yang dihadapi perusahaan.

Peneliti menggunakan sampel perusahaan *consumers goods* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011-2014 untuk menguji pengaruh antar variabel independen dan variabel dependen. Perusahaan *consumers goods* secara keseluruhan belum banyak yang melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* untuk kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitar. Perusahaan *consumers goods* bergerak pada sektor makanan dan minuman, farmasi, rokok, kosmetik dan peralatan rumah tangga. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ini didasarkan pada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhinya meliputi karakteristik perusahaan, jenis industri, profitabilitas. Akan tetapi peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian terhadap *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas dengan menguji apakah ada pengaruh dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Peneliti berkeinginan untuk mengadakan penelitian ini didasarkan adanya perbedaan hasil penelitian (*gap research*) yang dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu. Perusahaan *consumers goods* melaksanakan CSR dengan memberikan bantuan rehabilitasi dan pipanisasi saluran air bersih yang berhasil menghubungkan masyarakat dengan sumber air yang baru akibat Letusan Gunung Kelud tidak hanya merusak rumahrumah tetapi juga dan juga memotong akses pasokan air bersih yang diandalkan oleh ribuan warga yang tinggal di 5 desa di lereng gunung bagian utara akibat Letusan Gunung Kelud. Peneliti hanya menggunakan kurun waktu empat tahun dari tahun 2011-2014. Menurut latar

belakang diatas peneliti akan menguji sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Luasnya Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Pada Perusahaan *Consumers Goods* Yang Terdaftar Di BEI periode 2011-2014)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas maka terdapat Rumusan Masalah dari penelitian ini yaitu :

1. Apakah *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap luasnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ?
2. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap luasnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ?
3. Apakah Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap luasnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah diatas maka terdapat tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Menguji pengaruh *Leverage* terhadap luasnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
2. Menguji pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap luasnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

3. Menguji pengaruh Profitabilitas terhadap luasnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan : dapat sebagai bahan ajar untuk menguji penelitian mengenai konsep *Corporate Social Responsibility* serta luas pengungkapannya serta agar perusahaan dapat melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* secara merata.
2. Bagi Peneliti : dapat sebagai bahan penelitian selanjutnya dan masukan untuk meneliti pengungkapan *Corporate Social Responsibility* serta hal-hal yang berhubungan dengan *Corporate Social Responsibility* di masa yang akan datang.
3. Bagi STIE Perbanas Surabaya : dapat sebagai bahan baca untuk mahasiswa yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah serta fenomena yang terjadi sehingga muncul penelitian tersebut, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian tersebut.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang penelitian terdahulu, landasan teori yang digunakan, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian tersebut.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, mengidentifikasi variabel yang digunakan, definisi operasional, pengukuran variabel yang digunakan, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, serta teknis menganalisis data dari penelitian tersebut.

BAB IV GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS

DATA

Bab ini membahas tentang gambaran subjek penelitian, pembahasan mengenai variabel independen dan dependen, serta menganalisis data dengan uji uji SPSS dan membahas mengenai penelitian ini.

BAB V PENUTUP

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dari seluruh penelitian ini, keterbatasan penelitian, serta penutup.