

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Rahmawati (2012:180), mendefinisikan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau yang biasa disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme suatu organisasi/perusahaan untuk secara sukarela mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan kedalam operasinya. *Corporate Social Responsibility* dikelompokkan menjadi tiga kategori yaitu, tanggung jawab sosial sebagai suatu kewajiban sosial, tanggung jawab sosial sebagai reaksi sosial, dan tanggung jawab sosial sebagai daya tanggap sosial.

Rahmawati (2012:183), menyatakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau yang sering disebut juga *social disclosure*, atau *corporate social responsibility* merupakan proses pengungkapan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah agar perusahaan menyampaikan hasil dari pelaksanaan tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan dalam periode tertentu. Didalam laporan pertanggungjawaban sosial masyarakat dapat mengetahui aktivitas-aktivitas yang telah dilaksanakan oleh perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan tidak lagi pada tanggung jawab nilai perusahaan yang dilihat pada kondisi keuangan saja, tetapi juga tanggung jawab perusahaan harus pada *triple bottom line*, yaitu selain keuangan juga ada sosial dan lingkungan, karena kondisi keuangan saja tidak menjamin nilai perusahaan

secara jangka panjang. Diberbagai tempat dan waktu muncul perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial dan lingkungan sekitar. Bahkan yang sudah menerapkan CSR pun tidak mengungkapkan semua dari indikator CSR.

Ditetapkannya Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) maka CSR yang sebelumnya merupakan suatu hal yang sukarela akan berubah menjadi suatu hal yang wajib dilaksanakan. Selama ini kegiatan yang berhubungan dengan CSR tidak memiliki standar atau praktik-praktik tertentu yang dianggap paling baik, hingga pada bulan November 2010 Badan Standarisasi Internasional mengesahkan ISO 26000 yang merupakan panduan tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Isi dari ISO 26000:2010 pada dasarnya berupa definisi, subjek, prinsip, inti dan petunjuk mengenai CSR serta bagaimana CSR ditegakkan dalam suatu organisasi/perusahaan.

Hadi (2011:59), prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* ada tiga yaitu: (1) *Sustainability*; (2) *Accountability*; (3) *Transparency*. *Sustainability* berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masadepan. *Accountability* merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. *Transparency* merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal.

Fenomena CSR yang terjadi pada tahun 2016, anak perusahaan PT Indofood Sukses Makmur Tbk yaitu PT PP London Sumatra. PT PP London Sumatra terkena kasus mempekerjakan anak dibawah umur, pelanggaran keselamatan dan kesehatan pegawai, intimidasi serta rendahnya upah yang tidak

memadai. Akibat dari kasus tersebut PT Indofood Sukses Makmur mendapatkan dampaknya yaitu pertumbuhan penjualan perusahaan menurun pada tahun tersebut (www.eco-business.com, 2016).

Fenomena lain yang terjadi pada tahun 2014, PT Unilever Indonesia Tbk, perusahaan yang memproduksi produk kosmetik dan barang keperluan rumah tangga lainnya. Salah satu pemasok bahan baku untuk produk unilever yaitu minyak kelapa sawit (CPO) dari PT Smart Tbk yang mendapat laporan dari Greenpeace bahwa adanya perluasan lahan perkebunan sawit yang mengakibatkan kerusakan hutan. PT Unilever Tbk akhirnya terlibat juga dalam kasus pencemaran lingkungan yang dampaknya dari penyalahgunaan sumberdaya dan energi serta pembuangan limbah cair dan sampah sembarang dilingkungan sekitar kerusakan hutan tersebut. Berdasarkan kasus ini PT Unilever Indonesia Tbk dikenakan sanksi pencemaran lingkungan oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) dan dituntut untuk lebih memperhatikan keadaan lingkungan sekitar dalam proses produksinya. Akibat dari kasus tersebut PT Unilever Indonesia Tbk mengalami penurunan pada pertumbuhan penjualan perusahaan, yang berdampak juga pada perusahaan untuk membayarkan hutang jangka pendeknya.

Harahap (2015:301), menyatakan bahwa likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan hutang jangka pendek. Likuiditas digunakan untuk menggambarkan seberapa likuid perusahaan serta kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan hutang jangka pendek dengan menggunakan aset lancar. Nanda dan Jumaidi (2016), menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Namun hasil bertolak belakang dengan Ekowati, dkk (2016), menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Suartini dan Sulitiyo (2017:120) *sales growth* adalah kemampuan perusahaan dalam pertumbuhan penjualan dari waktu ke waktu. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan maka perusahaan dikatakan berhasil dalam menjalankan strateginya. Nanda dan Jumaidi (2016), menyatakan bahwa *sales growth* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun hasil bertolak belakang dengan Ekowati, dkk (2016), menyatakan bahwa *sales growth* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Harahap (2015:304) menyatakan profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba pada suatu periode tertentu. Profitabilitas akan digunakan untuk mengukur keefektifan operasi perusahaan sehingga menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Hasil penelitian Arif dan Wawo (2016), menyatakan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan likuiditas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian Sidauruk dan Yuliana (2017), menyatakan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan *sales growth* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh likuiditas dan *sales growth* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan serta apakah profitabilitas mampu memoderasi dalam hubungan kedua variabel independen.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya dalam hal periode waktu yang digunakan untuk pengambilan sampel yaitu periode 2014-2016 dan menambah profitabilitas sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan perusahaan sektor industri barang konsumsi sebagai sampel karena perusahaan sektor industri barang konsumsi sangat banyak dibutuhkan oleh masyarakat untuk keperluan sehari-hari dan apakah perusahaan sektor industri barang konsumsi sudah mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan sesuai dengan indikator pengungkapan CSR yaitu GRI-G4.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Likuiditas berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan?
2. Apakah *Sales Growth* berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan?
3. Apakah Likuiditas berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi?
4. Apakah *Sales Growth* berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.
2. Untuk menguji pengaruh *Sales Growth* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.
3. Untuk menguji pengaruh Likuiditas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi.
4. Untuk menguji pengaruh *Sales Growth* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk beberapa pihak antara lain:

1. Penelitian ini diharapkan untuk ikut memberikan kontribusi pemikiran bagi pengembangan akuntansi sosial, mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran perusahaan terutama perusahaan yang berkontribusi langsung dengan lingkungan sekitar untuk terus mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dengan memenuhi standar pengungkapan CSR GRI-G4 yang berlaku.

3. Hasil dari penelitian diharapkan dapat menambah pengetahuan yang digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang terkait dengan topik pengaruh likuiditas, *sales growth* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Penelitian ini disajikan dalam lima bab, dimana kelima bab tersebut saling berkaitan satu dengan yang lain, bab tersebut terdiri dari:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi pembahasan secara garis besar mengenai latar belakang yang melandasi pemikiran atas penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang ingin dicapai dan sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini mengenai penelitian terdahulu yang sejenis yang pernah dilakukan secara teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti, pengaruh antar variabel, kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini 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 data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini meliputi tentang gambaran subyek penelitian, analisis data yang terdiri dari analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, analisis regresi moderasi dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini meliputi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran dari peneliti.

