

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar belakang

Seiring dengan berkembangnya perusahaan besar di Indonesia, lingkungan sosial menjadi peranan penting sehingga semakin banyak tuntutan bagi perusahaan baik dari lingkungan sosial juga lingkungan masyarakat. seringkali perusahaan mengabaikan atau melalaikan hal ini, tanpa menyadari pentingnya peran lingkungan yang sangat mempengaruhi berlangsungnya perusahaan tersebut. Informasi di butuhkan masyarakat mengenai aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga masyarakat dapat mengetahui kontribusi apa yang diberikan perusahaan terhadap masyarakat. Saat ini sangat banyak perusahaan swasta yang mengembangkan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR).

Penerapan CSR bukan dianggap sebagai *cost*, namun dijadikan sebagai investasi. Tanggung jawab sosial perusahaan mencakup pada kepatuhan perusahaan terhadap hak asasi manusia, pemburhan, perlindungan konsumen, lingkungan hidup dan pembangunan kesejahteraan masyarakat di daerah sekitar perusahaan. Di dalam aspek investasi, para investor akan menanamkan modal pada perusahaan yang memiliki kepedulian terhadap masalah sosial dengan meningkatkan kualitas hidup masyarakat di sekitar lingkungannya. Sedangkan dari aspek hukum, perusahaan harus taat terhadap peraturan pemerintah yang mengharuskan perseroan melaksanakan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan (Rustriarini, 2011). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2013-2016.

Terdapat dua sudut pandang untuk melihat CSR yaitu, *corporate social responsibility* berdasarkan teori dan *corporate social responsibility* kenyataan yang terjadi (Syafudin, 2010). CSR juga berpijak pada *triple bottom line* tidak hanya pada *single bottom line* saja di antaranya yaitu lingkungan, sosial, dan keuangan (Daniri, 2018) di kutip dalam Machmud dan Djakman (2008). Tuntutan ini muncul seiring dengan berkembangnya keinginan perusahaan yang mengharapkan perusahaan berkelanjutan (*sustainable*). *Corporate social responsibility* merupakan tanggung jawab sosial atau sebuah organisasi perusahaan terhadap dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatannya kepada masyarakat dan lingkungan (Sudana 2011:10). CSR diungkapkan di dalam laporan yang disebut Sustainability Reporting. Laporan tersebut merupakan pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh, serta kinerja organisasi dalam konteks pembangunan berkelanjutan. Sustainability Reporting harus menjadi dokumen strategis yang berlevel tinggi, yang menempatkan isu, tantangan, dan peluang Sustainability Development menuju kepada core business perusahaan. Di Indonesia sendiri, landasan hukum tanggung jawab sosial perusahaan sangat kuat. Hal tersebut dibuktikan dengan disahkannya UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pada Pasal 74 ayat 1 disebutkan bahwa Perseroan Terbatas yang menjalankan usaha di bidang/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Selain sebagai tuntutan bagi perusahaan, saat ini tanggung jawab sosial juga dianggap sebagai sebuah kebutuhan bagi perusahaan. Apabila dirancang dan diterapkan dengan benar maka tanggung jawab sosial perusahaan akan menjadi investasi sosial jangka panjang yang berguna, baik untuk meningkatkan citra perusahaan di mata publik dan investor maupun sebagai strategi bisnis dan pengendalian risiko sosial perusahaan. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi di luar persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku. Setiap unit atau pelaku ekonomi selain berusaha memenuhi kepentingan pemegang saham dan mengonsentrasikan diri pada pencapaian laba juga mempunyai tanggung jawab sosial, dan hal itu perlu diungkapkan dalam laporan tahunan. Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat sukarela (*voluntary*), belum diaudit (*unaudited*), dan tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu (*unregulated*).

Tujuan adanya laporan pengungkapan sosial, lingkungan dan bidang ekonomi yang terdapat di laporan tahunan perusahaan adalah sebagai wujud rasa tanggungjawab perusahaan bagi investor atau *stakeholder*. Selain itu juga dengan melakukan pengungkapan sosial pada investor atau *stakeholder* diharapkan akan terjalin hubungan dan komunikasi yang baik antara perusahaan dengan investor. Di dalam mengungkapkan CSR, perusahaan dapat menumbuhkan kepercayaan pada masyarakat sehingga dari respon yang positif maka perusahaan dapat meningkatkan kekuatan keuangannya untuk jangka panjang. Sekarang ini sudah

banyak perusahaan yang sahamnya dimiliki oleh masyarakat (*public*). Kondisi ini menyebabkan pengungkapan CSR menjadi penting, karena public atau masyarakat memiliki hak pada perusahaan dan perusahaan memiliki kewajiban untuk melaporkan atau memberikan informasi mengenai keadaan perusahaan.

Salah satu yang mempengaruhi CSR adalah *leverage*. *Leverage* merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan mempunyai tingkat risiko hutang tak tertagihnya pada kreditur yang nantinya akan digunakan dalam membiayai aset perusahaan. Hasil penelitian mengenai hal ini juga sama yakni menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Beberapa penelitian mengenai CSR yang dilakukan di Indonesia antara lain menurut Nur (2012) yang menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan, dewan komisaris dan *leverage* berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial. Pada profitabilitas, kepemilikan saham publik dan pengungkapan media menunjukkan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. *Leverage* adalah perbandingan antara dana yang diperoleh dari ekstern perusahaan dengan dana yang dimiliki oleh perusahaan. *Leverage* memberikan gambaran pula mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang.

Scott (2000) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa 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.

Widahwati (2012) mengungkapkan bahwa rasio profitabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Keuntungan yang dapat dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan deviden, tapi juga akan mendapat power atau kekuatan yang lebih besar untuk menentukan kebijakan perusahaan. Sulantri (2013) menjelaskan hasil dari penelitiannya yang memberikan hasil bahwa profitabilitas, *size*, ukuran dewan komisaris, berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial sedangkan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Selain itu, profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham mengenai program tanggung jawab sosial secara lebih luas (Fariati, 2013). Profitabilitas yang tinggi akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan dan juga melakukan program tanggung jawab sosial perusahaan. Profitabilitas ini merupakan kemampuan entitas untuk menghasilkan laba demi meningkatkan nilai dari pemegang saham.

Berdasarkan teori legitimasi, salah satu pendapat dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan menganggap tidak perlunya melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang kesuksesan dari perusahaan tersebut. Sebaliknya jika pada tingkat profitabilitas rendah, perusahaan berharap para pengguna laporan akan membaca kinerja perusahaan,

missal dalam lingkup sosial sehingga investor dan calon investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut.

Ukuran perusahaan dapat menggambarkan besar atau kecilnya sebuah perusahaan. Pada perusahaan besar umumnya lebih mendapat sorotan dari masyarakat. Hal ini disebabkan karena perusahaan besar memiliki kegiatan usaha yang lebih kompleks dan mungkin menimbulkan dampak yang besar bagi masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. Oleh sebab itu perusahaan besar dituntut untuk mengungkapkan informasi lebih luas sebagai bentuk pertanggungjawabannya dibandingkan dengan perusahaan yang kecil (Yolanda, 2013). Di dalam penelitian menurut Anggraeni (2012) menyatakan bahwa perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disorot oleh masyarakat, dengan pengungkapan yang lebih besar menjadi wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin besar juga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tersebut.

Ukuran perusahaan banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar sehingga untuk mengurangi biaya keagenan tersebut perusahaan akan mengungkapkan informasi yang lebih luas. Perusahaan kecil mungkin tidak menunjukkan perilaku tanggung jawab sosial secara jelas karena perusahaan yang berada dalam tahap dewasa dan tumbuh akan menarik lebih banyak perhatian dari lingkungannya dan memerlukan respon yang lebih terbuka (Sudana, 2011).

Perusahaan manufaktur khususnya sektor industry barang konsumsi terdiri

atas sektor makanan dan minuman, rokok, farmasi, kosmetik dan peralatan rumah tangga. Dimana perusahaan-perusahaan ini memiliki tanggung jawab terhadap masyarakat dalam lingkungan sekitar industri maupun konsumen yang berkaitan dengan masalah limbah dan dampak konsumsi produk. Salah satu contoh bahwa sampai saat ini tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia masih belum dilaksanakan dan diimplementasikan dengan baik karena masih banyak perusahaan atau industri yang tidak patuh dalam pengelolaan pengungkapan CSR.

*Corporate Social Responsibility* dilatarbelakangi masih rendahnya kualitas dan kuantitas pengungkapan informasi yang berkaitan dengan aktivitas atau keadaan lingkungan perusahaan di Indonesia. Faktanya di Indonesia banyak kasus yang berhubungan dengan CSR. Berikut terdapat fenomena yang melatarbelakangi penelitian, diantaranya sebagai berikut: Kawasan Industri Jababeka di Cikarang, Jawa Barat, merupakan perusahaan pengembang kawasan industri terbuka pertama di Indonesia, yang tercatat di Bursa Efek Jakarta dan Surabaya sejak tahun 1994 yang terdiri dari kawasan industri untuk industri ringan, menengah, dan otomotif. Kota Jababeka adalah daerah pemukiman dengan kawasan industri dimana dengan banyak terdapat perusahaan industri tersebut diharapkan tidak mengabaikan warga yang tinggal di sekitarnya. Sebab menjadi ironi, jika di samping Kawasan Industri besar dan pemukiman yang mewah, ada warga yang hidup penuh keterbatasan dan justru menanggung dampak negatif dari keberadaan 'Kawasan Elit' tersebut. Namun, perusahaan di kawasan Jababeka tidak maksimal menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) kepada warga. Bahkan ada yang mengalami dampak negatif, seperti banjir yang

menunjukkan bahwa tidak adanya perhatian bagi warga sekitar. Seharusnya dengan ribuan perusahaan yang berada di daerah tersebut, warga di daerah sekitar mendapatkan manfaat, baik pembangunan sarana prasarana dan kesempatan mendapatkan lapangan pekerjaan (<http://www.metrotvnews.com>). Selain itu banyak perusahaan yang beroperasi di Kabupaten Lebak, Banten, baik perusahaan swasta maupun BUMN yang tidak mengalokasikan dana *corporate social responsibility* (CSR) mereka di Kabupaten Lebak. Perusahaan di Kabupaten Lebak tidak mengungkapkan program CSR-nya dengan transparan dan tepat sasaran. Sejumlah perusahaan juga dituding mempersulit warga yang berada disekitar perusahaan. Dana CSR dari Perusahaan swasta atau BUMN yang ada di Kabupaten Lebak tidak menyentuh masyarakat karena untuk mendapatkan dana CSR, masyarakat dipersulit dengan berbagai alasan. Jika sejumlah perusahaan tersebut menyalurkan dan mengalokasikan dana CSR-nya dengan transparan dapat membantu perbaikan sejumlah jembatan gantung yang kini nyaris roboh ([www.indopos.co.id](http://www.indopos.co.id)).

Berdasarkan fenomena di atas menjadikan penelitian ini menarik untuk diteliti atau dilakukan pengujian ulang. Berdasarkan latar belakang dari fenomena tersebut maka peneliti mengambil judul penelitian “**Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan *Food and Beverage*”.**

## 1.2. Rumusan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan



barang food and beverage yang terdaftar di BEI tahun 2013-2016. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka dalam penelitian ini dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan *Food and Beverage*?
2. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan *Food and Beverage*?
3. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan *Food and Beverage*?

### **1.3. Tujuan penelitian**

Berdasarkan hasil rumusan masalah di atas, maka dapat diperoleh tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menguji apakah ada pengaruh *Leverage* terhadap Pengungkapan CSR.
2. Untuk menguji apakah ada pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR.
3. Untuk menguji apakah ada pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR.

### **1.4. Manfaat penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak di antaranya adalah:

1. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan

yang sesuai dengan keinginan para investor, calon investor, dan masyarakat.

2. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan atau referensi dalam penelitian ataupun juga sebagai pengembangan dari wawasan pengetahuan dalam dunia investasi.

### 1.5. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disajikan kedalam tiga bab, dimana ketiga bab ini saling berkaitan satu sama lain. Bab tersebut terdiri dari :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini membahas secara umum atau secara garis besar yang melatar belakangi penelitian ini yang melandasi pemikiran dari penelitian tersebut, apa saja rumusan masalah dari penelitian ini, manfaat penelitian yang ingin dicapai, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi uraian mengenai penelitian terdahulu yang sejenis yang telah dilakukan sebelumnya secara teori yang berhubungan dengan permasalahan yang telah diteliti, kerangka pemikiran serta hipotesis yang ada dalam penelitian ini.

#### **BAB III : METODELOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini di uraikan 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 PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Berisi tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, interpretasi hasil dan argumentasi terhadap hasil penelitian. Sebelum dilakukan analisis data, terlebih dahulu dilakukan uji normalitas, autokorelasi, heterokedastisitas, multikolinieritas. Setelah sama uji terpenuhi, baru dilakukan uji hipotesis.

#### **BAB V :PENUTUP**

Berisi tentang simpulan dari penelitian yang menjawab seluruh pertanyaan penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran-saran penelitian untuk penelitian selanjutnya.