

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan sebagai salah satu bagian dari masyarakat dan lingkungan harus menyadari bahwa keberhasilan dunia usaha bukan hanya dipengaruhi oleh faktor internal tetapi juga dipengaruhi oleh masyarakat dan lingkungan sekitar. Keberhasilan dunia usaha pada umumnya ditentukan oleh seberapa banyak kontribusi perusahaan untuk kesejahteraan masyarakat sehingga menciptakan hubungan timbal balik yang positif antara masyarakat dan perusahaan (Rahman, 2009). Salah satu contoh kegiatan yang merupakan ungkapan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat adalah melakukan program *corporate social responsibility*. *Corporate social responsibility* dapat membantu perusahaan menghadapi masalah yang bisa datang dari dalam maupun luar. Masalah internal perusahaan mengenai kesehatan dan keselamatan karyawan dan masalah eksternal mengenai masyarakat umum serta penanganan lingkungan sekitar. Kedua masalah tersebut sangat berdampak bagi pihak lain.

Berdasarkan fenomena di Indonesia tentang pemahaman pemimpin perusahaan terhadap pelaksanaan kegiatan CSR yang terpapar dalam Swa.co.id pada tanggal 31 Mei 2016 menyatakan, bahwa Indonesia masih berada di peringkat terbawah dalam pelaksanaan CSR di negara Asia. Khususnya di Indonesia, praktik CSR telah mendapat perhatian yang cukup besar karena disebabkan oleh berbagai kasus yang terjadi seperti penggundulan hutan, meningkatnya polusi dan limbah,

buruknya kualitas dan keamanan produk, eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan serta penyalahgunaan investasi.

Salah satu contoh kasus dalam portal berita IndramayuPost pada tanggal 18 Januari 2017 menyatakan, bahwa PT. Chang Jui Fang yang tergolong dalam perusahaan manufaktur sub sektor keramik tidak melaksanakan program CSR yang terkait dalam pelaksanaan Undang-Undang nomor 32 tahun 2009 tentang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup. PT. Chang Jui Fang lalai dalam pengelolaan limbah yang dihasilkan dari kegiatan operasional serta melanggar Undang-Undang No 40 tahun 2007 pasal 74 yang berisi : Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Pemerintah juga mengeluarkan aturan bahwa setiap perusahaan wajib untuk melaksanakan *corporate social responsibility* yang tertulis pada Peraturan Pemerintah No. 47 tahun 2012 pada pasal 2 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas yang berisi : (1) Tanggung jawab sosial dan lingkungan menjadi kewajiban bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan SDA berdasarkan UU, (2) Kewajiban sebagaimana dimaksudkan dalam ayat (1) dilaksanakan baik di dalam maupun luar lingkungan perseroan. Isi dari Peraturan Pemerintah No. 47 tahun 2012 pasal 2 diharapkan dapat menimbulkan kesadaran bagi perusahaan dalam merawat lingkungan dan mengurangi masalah yang terjadi jika perusahaan mengabaikan *corporate social responsibility* yang berdampak pada lingkungan eksternal.

Dampak yang ditimbulkan dari kegiatan perusahaan berbeda-beda meskipun jenis usahanya sama, sehingga CSR yang dilakukan perusahaan tidak sama. Penyebab lain adanya perbedaan pada CSR terletak dalam karakteristik perusahaan. Karakteristik perusahaan merupakan suatu identitas yang menggambarkan model dari badan usaha yang terlihat dari besarnya struktur modal, ukuran dewan komisaris, likuiditas, profitabilitas, ukuran perusahaan, peraturan dan prosedur pendirian serta pembubarannya. Semakin kuat karakteristik yang dimiliki suatu perusahaan dalam menghasilkan dampak sosial bagi publik, maka semakin kuat pemenuhan tanggung jawab sosialnya kepada publik (Theodora Martina Veronica, 2009).

Teori yang mendasari *corporate social responsibility* menyebutkan adanya hubungan antara CSR dengan perusahaan adalah teori keagenan. Teori keagenan yang ditemukan oleh Jensen dan Meckling (1976) didefinisikan sebagai suatu kontrak dimana satu atau lebih orang (prinsipal) memerintah orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal serta memberi wewenang kepada agen untuk membuat keputusan terbaik bagi prinsipal. Pihak prinsipal dalam teori agensi yaitu investor dan pihak agen yaitu manajemen perusahaan. Teori keagenan merupakan hal dasar yang digunakan untuk memahami konsep *corporate social responsibility*. Berbagai pemikiran *corporate social responsibility* berkembang dengan bertumpu pada teori keagenan dimana pengelolaan perusahaan harus diawasi dan dikendalikan untuk memastikan bahwa pengelolaan dilakukan dengan penuh kepatuhan kepada berbagai peraturan dan ketentuan yang berlaku.

Teori legitimasi diungkapkan oleh Dowling dan Pfeffer (1975) menjelaskan bahwa legitimasi adalah sebuah kondisi ketika sistem nilai entitas setara dengan sistem nilai masyarakat yang lebih luas. Hubungan teori legitimasi dengan CSR dapat dilihat bahwa legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan dan berupaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Hadi, 2011). Oleh karena itu, dalam teori legitimasi diharapkan agar kegiatan yang dilakukan perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Dalam perspektif teori legitimasi perusahaan dan komunitas di sekitar perusahaan memiliki relasi sosial yang erat dikarenakan adanya “kontrak sosial” yang mengikat kedua belah pihak (Lako, 2010). Hal ini menunjukkan adanya hubungan sosial secara tidak langsung antara perusahaan dan masyarakat yang diungkapkan melalui program *corporate social responsibility*.

Informasi yang mempengaruhi *corporate social responsibility disclosure* yang pertama adalah ukuran dewan komisaris. Menurut Sembiring (2006), ukuran dewan komisaris yaitu banyaknya jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan. Dikaitkan dengan teori agensi, dewan komisaris sebagai wakil dari prinsipal di perusahaan dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan CSR karena dewan komisaris merupakan pelaksana tertinggi dalam jajaran direksi yang dapat menekan manajemen untuk melaksanakan CSR. Semakin banyak jumlah anggota dewan komisaris, maka semakin mudah untuk mengendalikan manajemen dan menjadikan pengawasan dalam kegiatan operasional perusahaan semakin efektif. Atas wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang

cukup kuat untuk menekan manajemen dalam mengungkapkan CSR, sehingga perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris lebih banyak akan lebih luas mengungkapkan CSR karena adanya Peraturan Pemerintah No. 47 tahun 2012 pada pasal 2 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas yang menjadi tuntutan untuk mewajibkan perusahaan melaksanakan program CSR. Hasil penelitian dari Okky Hendro Subiantoro dan Titik Mildawati (2015) menyatakan bahwa variabel ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan hasil penelitian dari Rita Yuliana, Bambang Purnomosidi, dan Eko Ganis Sukoharsono (2008) serta penelitian dari Thio Lie Sha (2014) menunjukkan bahwa variabel ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap *corporate social responsibility disclosure* tercermin dalam teori agensi. Teori agensi menjelaskan bahwa perusahaan besar memiliki biaya agensi yang besar karena semakin besar ukuran perusahaan, maka biaya yang dikeluarkan oleh agen semakin besar. Biaya yang dikeluarkan perusahaan meliputi biaya keagenan atau biaya pengawasan yang dilakukan prinsipal terhadap agen, biaya untuk memenuhi hak karyawan, biaya untuk melaksanakan kegiatan operasional serta biaya untuk memenuhi kewajiban perusahaan sesuai peraturan yang telah ditetapkan, sehingga perusahaan lebih banyak mengungkapkan semua informasi tentang *corporate social responsibility*. Hasil yang diteliti oleh Rizkia Anggita Sari (2012) dan Thio Lie Sha (2014) menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan pada *corporate social responsibility disclosure*, sedangkan hasil penelitian dari

Rita Yuliana, Bambang Purnomosidi, dan Eko Ganis Sukoharsono (2008), Okky Hendro Subianto dan Titik Mildawati (2015) menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh likuiditas terhadap *corporate social responsibility disclosure* berhubungan dengan teori legitimasi. Teori legitimasi berkeyakinan bahwa kekuatan perusahaan yang dapat ditunjukkan dalam rasio likuiditas yang tinggi, maka akan berhubungan dengan tingkat *corporate social responsibility disclosure* yang tinggi karena kuatnya keuangan suatu perusahaan akan cenderung memberikan informasi CSR yang luas daripada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang lemah (Rahardjo, 2006). Penelitian yang dilakukan oleh Rafika Anggraini Putri dan Yulius Jogi Christiawan (2014) menunjukkan bahwa variabel likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan hasil penelitian dari Rina Mudjiyanti (2017) menunjukkan variabel tersebut tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh *leverage* terhadap *corporate social responsibility disclosure* yaitu semakin tinggi tingkat *leverage*, maka semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit. Dikaitkan dengan teori agensi, perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi memiliki biaya keagenan tinggi sehingga perusahaan akan mengurangi biaya yang berkaitan dengan *corporate social responsibility disclosure* (Farizqi, 2010). Biaya keagenan adalah biaya yang dikeluarkan oleh prinsipal untuk melakukan pengawasan terhadap agen. Hasil penelitian dari Ana Wahyuningsih dan Nera Marinda Mahdar (2018) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR di perusahaan,

sedangkan hasil penelitian dari Riskia Anggita Sari (2012) dan Rita Yuliana, Bambang Purnomosidi, Eko Ganis Sukoharsono (2008) menunjukkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR ialah perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan melakukan pengungkapan CSR yang luas sebagai salah satu upaya untuk meyakinkan pihak eksternal bahwa perusahaan berada dalam persaingan yang kuat serta memperlihatkan kinerja perusahaan yang baik (Sudarmadji & Sularto, 2007). Dikaitkan dengan teori agensi, perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas karena perusahaan memiliki banyak dana sehingga mampu melakukan kewajibannya sesuai Peraturan Pemerintah No. 47 tahun 2012 pada pasal 2 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (Putri, 2017). Hasil penelitian dari Riskia Anggita Sari (2012) menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR tetapi penelitian yang dilakukan Okky Hendro Subiantoro dan Titik Mildawati (2015) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Alasan penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur yaitu, (1) perusahaan manufaktur banyak memberikan pengaruh terhadap lingkungan sekitar akibat aktivitas yang dilakukan, (2) perusahaan manufaktur dipercaya membutuhkan *image* yang lebih baik dari masyarakat. Pembentukan *image* yang baik dilakukan dengan cara mematuhi peraturan pemerintah yang telah ditetapkan, seperti PP no 47 Tahun 2012 tentang kewajiban seluruh perusahaan melaksanakan *corporate social responsibility*, (3) perusahaan manufaktur harus menyadari

dampak nyata dan dampak potensial secara ekonomi, politik maupun lingkungan sehingga perusahaan harus mengimplementasikan kebijakan serta prosedur untuk meminimalisasi berbagai kerusakan yang dihasilkan dari operasi perusahaan.

Motivasi yang memicu perlunya penelitian, yaitu (1) munculnya tren bagi perusahaan untuk berperilaku lebih etis dengan cara lebih memperhatikan faktor lingkungan serta sosial, (2) teori yang mendasari CSR menyebutkan kaitan antara CSR dengan perusahaan dan investor, (3) adanya beberapa penelitian yang dilakukan masih menunjukkan hasil yang tidak konsisten mengenai pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan terkait fenomena CSR serta munculnya kontradiksi dari hasil penelitian terdahulu, semakin membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh karakteristik perusahaan terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Penelitian dilakukan untuk membuktikan apakah variabel yang terdiri dari ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, likuiditas, *leverage* dan profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure* dengan mengacu pada penelitian dari Ana Wahyuningsih dan Nera Marinda Mahdar (2018). Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian baru dengan judul **“Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut :

- 1 Apakah ada pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap *corporate social responsibility disclosure* ?
- 2 Apakah ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap *corporate social responsibility disclosure* ?
- 3 Apakah ada pengaruh likuiditas terhadap *corporate social responsibility disclosure* ?
- 4 Apakah ada pengaruh *leverage* terhadap *corporate social responsibility disclosure* ?
- 5 Apakah ada pengaruh profitabilitas terhadap *corporate social responsibility disclosure* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian yang dilakukan antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara ukuran dewan komisaris terhadap terhadap *corporate social responsibility disclosure*.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap terhadap *corporate social responsibility disclosure*.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara likuiditas terhadap terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

4. Untuk mengetahui pengaruh antara *leverage* terhadap terhadap *corporate social responsibility disclosure*.
5. Untuk mengetahui pengaruh antara profitabilitas terhadap terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

1.4 Manfaat penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian diharapkan dapat memberikan referensi serta kontribusi dalam melaksanakan program CSR bagi perusahaan dan diharapkan dapat memberikan tambahan informasi mengenai pengaruh ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, likuiditas, *leverage* dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR. Untuk peneliti selanjutnya, dapat digunakan sebagai landasan teori untuk melakukan penelitian lanjutan yang berhubungan dengan pengungkapan CSR dalam perusahaan.

2. Manfaat Praktik

Secara praktik, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman bagi suatu perusahaan mengenai pentingnya melakukan program CSR. Manfaat penelitian bagi pihak-pihak yang berkepentingan, sebagai berikut :

a. Bagi Perusahaan Manufaktur

Menciptakan citra perusahaan yang akan meningkatkan nilai ekonomis di masa yang akan datang dan memberikan dampak positif dalam peningkatan program

CSR serta memberikan kesadaran bagi perusahaan mengenai pentingnya peran masyarakat dalam membantu produktivitas perusahaan.

b. Bagi Stakeholders

Diharapkan dapat memberikan gambaran dalam menilai kinerja perusahaan dan bagi para calon investor yang memiliki kewenangan penelitian juga dapat membantu dalam mengambil keputusan.

c. Bagi Masyarakat

Program CSR yang dilakukan dapat memberikan dampak positif untuk masyarakat sekitar sehingga dapat mengurangi keluhan yang dialami dan diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.

d. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Diharapkan dapat memberikan kontribusi sumber informasi yang berkaitan dengan pengaruh ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, likuiditas, *leverage* dan profitabilitas terhadap *corporate social responsibility Disclosure* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2013-2017.

e. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan, dan pengalaman dalam bidang penelitian mendapat pemahaman mengenai pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan serta dapat mengetahui pengaruh ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, likuiditas, *leverage* dan profitabilitas terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan disusun untuk memberikan gambaran mengenai penelitian yang dilakukan dan berisi penjelasan informasi secara singkat mengenai materi yang dibahas dalam tiap bab. Sistematika penulisan disajikan sebagai berikut:

BAB I

PENDAHULUAN

Menguraikan mengenai latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, serta pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika dari penulisan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Menguraikan mengenai landasan teori yang digunakan, penelitian-penelitian terdahulu yang memperkuat, serta kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis.

BAB III

METODE PENELITIAN

Menguraikan mengenai deskripsi variabel penelitian yang digunakan, penentuan sampel dan populasi data yang akan digunakan. Selain itu bab ini juga berisi jenis dan sumber data, metode pengambilan data yang akan digunakan, serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV

GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini berisi tentang gambaran subyek penelitian dan analisis data yang memuat analisis dari hasil penelitian dalam bentuk analisis deskriptif, analisis hipotesis serta pembahasan dari hipotesis penelitian.

BAB V

PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan yang terjadi dalam penelitian serta saran yang diberikan untuk peneliti selanjutnya.

