

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha saat ini menuntut untuk meningkatkan perhatian kepada lingkungan sosial. Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan kepentingan pemilik modal dan manajemen, tetapi juga mementingkan kepentingan masyarakat dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab sosial atau sebuah organisasi perusahaan terhadap dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatannya kepada masyarakat dan lingkungan (Sudana, 2011). Penerapan *corporate social responsibility* telah memberikan dampak yang baik terhadap lingkungan masyarakat. Sebuah perusahaan seharusnya mendahulukan hal-hal yang terkait dengan bisnisnya sehingga perusahaan dapat melakukan kegiatan CSR.

Perusahaan AVANI ECO berbasis sains yang memproduksi bioplastik berbahan pati singkong, jagung, dan amplas tebu merupakan produk inovatif yang bisa terurai dalam waktu kurang dari 90 hari dan bahannya dapat larut dalam air hangat. Sejalan dengan pertumbuhan bisnis bioplastik perusahaan AVANI ECO mulai melakukan ekspansi keluar negeri yang menandakan bahwa penerapan *corporate social responsibility* memiliki dampak positif tidak hanya bagi perusahaan, tapi juga lingkungan sekitar, karena bioplastik merupakan produksi bahan plastik yang ramah lingkungan ([www.beritasatu.com](http://www.beritasatu.com), diposting pada 28 September 2017).

Berdasarkan fenomena yang ada, maka perusahaan harus memiliki komitmen dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Hendrik, 2008). Keberhasilan suatu perusahaan tidak hanya berasal dari faktor internal, melainkan masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Hal ini dapat menciptakan hubungan timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat. Hubungan timbal balik yaitu hubungan yang saling menguntungkan. Artinya, perusahaan tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan. Hubungan timbal balik diharapkan lebih menumbuhkan kepedulian perusahaan akan masyarakat dan lingkungan, baik di dalam ataupun di luar perusahaan.

Perusahaan harus bisa memperhatikan keadaan sosial dan lingkungan hidup agar sebuah perusahaan bisa berlanjut. Suatu perusahaan didirikan dengan tujuan untuk mendapatkan laba (*profit*) yang sebesar-besarnya. *Corporate Social Responsibility* saat ini tidak lagi bersifat sukarela (*voluntary*), namun kini bersifat wajib (*mandatory*) untuk beberapa perusahaan manufaktur, seperti pada sektor industri, sektor dasar dan kimia, serta sektor konsumsi.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) termasuk pengungkapan wajib, karena ada regulasi yang mewajibkan yaitu Peraturan Bapepam Nomor X.K.6 tentang

Penyampaian Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Publik. *Corporate Social Responsibility* diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting*. *Sustainability reporting* merupakan pelaporan yang dilakukan perusahaan untuk mengukur dan mengungkapkan kinerja suatu perusahaan.

Informasi yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) salah satunya adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang umum digunakan untuk menjelaskan mengenai variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan (Purwanto, 2011). Ukuran perusahaan menggambarkan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan dengan usaha mikro memiliki kekayaan bersih Rp50.000.000 dan memiliki jumlah penjualan Rp300.000.000, perusahaan dengan usaha ukuran kecil memiliki kekayaan bersih Rp50.000.000 sampai Rp500.000.000 dan memiliki jumlah penjualan Rp300.000.000 sampai dengan Rp2.500.000.000, perusahaan dengan usaha ukuran menengah memiliki kekayaan bersih Rp500.000.000 sampai Rp10.000.000.000 dan memiliki jumlah penjualan Rp2.500.000.000 sampai dengan Rp50.000.000.000, dan perusahaan dengan usaha ukuran besar memiliki kekayaan bersih Rp10.000.000.000 dan memiliki jumlah penjualan Rp50.000.000.000. Semakin besar ukuran perusahaan dapat dikatakan jika perusahaan yang kuat dan bagus ingin menunjukkan kepedulian terhadap masyarakat dengan melakukan kegiatan CSR serta mengungkapkan CSR di dalam laporan keuangan.

Keterkaitan dengan teori keagenan menunjukkan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang besar, sehingga perusahaan besar harus memiliki

laba yang cukup dan lebih agar dapat melakukan kegiatan CSR. Penelitian yang dilakukan Ayu (2016), Adhitya dan Novrys (2016), Dita (2017), Ahmad dan Antonius (2012), dan Edy (2013) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Berbanding terbalik dengan penelitian Nita (2015), Syailendra (2016), dan Uun, Nurhikmah (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Informasi lain yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah *leverage*. *Leverage* atau rasio solvabilitas ialah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai dengan hutang (Kasmir, 2017). Dalam arti luas, bahwa rasio *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, seperti hutang jangka pendek ataupun hutang jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi). Keterkaitan dengan teori keagenan, perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* tinggi maka biaya bunga yang harus dibayar perusahaan juga akan tinggi, maka laba yang didapatkan akan berkurang sehingga proporsi untuk melakukan kegiatan CSR menurun. Hal ini dilakukan agar perusahaan mendapatkan citra yang baik dari masyarakat.

Dalam penelitian yang dilakukan Syailendra (2016) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Berbanding terbalik dengan penelitian Ayu (2016), Aditya dan Novrys (2016), Edy (2013), Linda dan Erline (2012) serta Ahmad dan Antonius (2012) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Informasi selanjutnya yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan keuntungan (Kasmir, 2017). Profitabilitas yang tinggi akan memberikan kesempatan kepada manajemen dalam melakukan serta mengungkapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Nita, 2015). Semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin besar pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, karena perusahaan yang mempunyai kemampuan menghasilkan laba tinggi biasanya memiliki banyak dana termasuk untuk mengungkapkan *corporate social responsibility*. Keterkaitan profitabilitas dengan teori legitimasi, ketika profitabilitas tinggi, maka perusahaan memiliki peluang untuk membentuk suatu kontrak sosial dengan masyarakat yaitu dengan melaksanakan dan melaporkan kegiatan CSR. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan reaksi positif dari masyarakat, agar perusahaan dapat diterima dalam lingkungan sekitar.

Penelitian yang dilakukan Syailendra (2016), Nita (2015), serta Silviana dan Syarif (2015) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini berbanding terbalik dengan penelitian Ayu (2016), Adhitya dan Novrys (2016), Uun dan Nurhikmah (2017), Ahmad dan Antonius (2012), dan Edy (2013) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Informasi lain yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah ukuran dewan komisaris. Dewan komisaris merupakan perwakilan para pemilik saham berperan sebagai pengawas kinerja perusahaan, termasuk kinerja sosial perusahaan

(Adhitya dan Novrys, 2016). Dewan komisaris sebagai mekanisme yang berfungsi untuk mengawasi dan memberikan petunjuk pada pengelola perusahaan. Dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen agar melaksanakan pengungkapan CSR (Maria, 2012). Ukuran dewan komisaris adalah jumlah/total dewan komisaris yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Hubungannya dengan pengungkapan CSR ialah manajemen ditekan untuk segera melaksanakan serta mengungkapkan CSR secara luas agar manajemen dapat menciptakan citra perusahaan menjadi lebih baik.

Hal ini sesuai dengan teori keagenan, yang menyatakan bahwa dewan komisaris sebagai *principal* dapat mempengaruhi manajemen sebagai agen untuk segera melaksanakan serta mengungkapkan CSR. Penelitian yang dilakukan Nita (2015) yang menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Adhitya dan Novrys (2016) menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Informasi selanjutnya yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah kepemilikan institusional. Kepemilikan institusional ialah kepemilikan saham oleh pihak-pihak yang berbentuk institusi, seperti yayasan, bank, perusahaan asuransi, perusahaan investasi, dana pensiun, perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT), dan institusi lainnya (Nita, 2015). Kepemilikan institusional lebih bertindak sebagai pihak yang mengawasi perusahaan. Kepemilikan institusional memiliki kemampuan untuk dapat mengendalikan pihak manajemen, melalui proses

pengawasan secara efektif. Oleh karena itu, kepemilikan institusional dapat mendorong perusahaan untuk dapat melaksanakan pengungkapan CSR.

Kepemilikan institusional memiliki beberapa dikategorikan yaitu perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar (lebih dari 5%) mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen, sedangkan perusahaan dengan kepemilikan institusional yang kecil (kurang dari 5%) mengindikasikan kurangnya kemampuan untuk memonitor manajemen. (Nurkhin, 2009). Dalam teori keagenan menjelaskan bahwa pemilik saham (*prinsipal*) mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak manajemen (agen) untuk melaksanakan CSR serta melaporkan CSR. Hal ini terbukti dari penelitian yang dilakukan Nita (2015) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan Adhitya dan Novrys (2016) menyatakan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Teori keagenan dikembangkan di tahun 1976 pada tulisan Jensen dan Meckling (1976), menjelaskan bahwa teori keagenan sebagai sebuah hubungan antara agen dengan *principal*. Teori keagenan terjadi karena ada pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian perusahaan. Teori keagenan, dapat menjelaskan bagaimana pihak-pihak yang terlibat dalam perusahaan akan berperilaku, karena pada dasarnya antara agen dan *principal* memiliki kepentingan yang berbeda sehingga menyebabkan terjadinya konflik keagenan (*agen conflict*). Teori keagenan digunakan untuk tiga variabel independen di dalam penelitian, yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, ukuran dewan komisaris dan kepemilikan institusional.

Teori legitimasi pada tulisan Dowling dan Pfeffer (1975) menyatakan bahwa organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat. Teori legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya, baik fisik maupun nonfisik (Nor, 2011). Dalam teori ini, maka perusahaan berharap agar aktivitas perusahaan dapat diterima oleh lingkungan masyarakat. Teori legitimasi digunakan untuk variabel independen di dalam penelitian yaitu profitabilitas.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini dilakukan karena masih adanya ketidakkonsistenan hasil dari beberapa peneliti terdahulu, maka dilakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Ukuran Dewan Komisaris, dan Kepemilikan Institusional Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)”**.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
4. Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
5. Apakah kepemilikan institusional berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?



### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini yaitu :

1. Menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR.
2. Menguji pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR.
3. Menguji pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR.
4. Menguji pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR.
5. Menguji pengaruh kepemimpinan institusional terhadap pengungkapan CSR.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis yaitu dapat memberikan gambaran mengenai penggunaan teori-teori yang telah dipelajari dan kegunaan variabel-variabel tertentu dalam memprediksi suatu hal untuk penelitian pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.
2. Manfaat praktis bagi perusahaan yaitu hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi informasi yang berguna bagi perusahaan dan dapat juga untuk memberikan gambaran kepada perusahaan-perusahaan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan merupakan strategi dalam berbisnis agar tidak ada konflik sosial.

## **1.5 Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan proposal terdiri dari 3 bab, yaitu :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

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

Bab ini berisi penelitian terdahulu dan landasan teori sebagai acuan dasar teori dan analisis, kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas mengenai rancangan penelitian gambaran populasi dan sampel yang dilakukan dalam penelitian, data dan metode pengumpulan data, dan teknik analisis data yang digunakan.

### **BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Pada bab ini menjelaskan mengenai Gambaran Subyek Penelitian, Analisis Data, dan Pembahasan.

**BAB V : PENUTUP**

Pada bab penutup menjelaskan tentang Kesimpulan, Keterbatasan Penelitian, dan Saran.

