

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejarah akuntansi yang berkembang pesat menyebabkan pelaporan akuntansi lebih banyak digunakan sebagai alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal sehingga orientasi perusahaan lebih berfokus kepada para pemilik modal. Di sisi lain, jika ditinjau dari segi ekonomi tujuan utama perusahaan adalah memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya sehingga seringkali perusahaan mengabaikan dampak sosial dan lingkungan yang terjadi atas tindakan ekonomi yang dilakukan dimana tindakan tersebut dapat menimbulkan kerusakan lingkungan, misalnya penggundulan hutan, polusi udara, pencemaran air, dan sebagainya. Fokus terhadap pemilik modal dan upaya pencapaian tujuan perusahaan semaksimal mungkin mengakibatkan perusahaan mengeksploitasi sumber daya alam secara tidak terkendali, sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan dapat mengganggu kehidupan manusia. Melalui kegiatan tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) yang biasa juga dikenal dengan *triple bottom line* (*economic, social, and environmental*), diharapkan perusahaan tidak hanya berfokus pada masalah finansial tetapi juga memperhatikan keadaan sosial dan lingkungan sekitarnya.

Inti dari etika bisnis yang sering disebut tanggung jawab sosial perusahaan merupakan mekanisme bagi suatu perusahaan yang secara sukarela

memberikan perhatian lebih terhadap lingkungan dan sosial dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Di dalam melaksanakan tanggung jawab sosial, perusahaan mempunyai kewajiban terhadap pihak yang berkepentingan dan para pemegang saham dari perusahaan tersebut. Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) tidak lepas dari para pemegang saham, tetapi juga terdapat pelanggan, pegawai, pemilik, komunitas, investor, dan kompetitor.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang biasa disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat. Perusahaan dihadapkan pada kenyataan, bahwa walaupun tujuan utamanya mencari keuntungan, namun tidak dapat dilepaskan dari masyarakat. Diharapkan dengan penerapan CSR maka perusahaan akan dapat melangsungkan usahanya dalam jangka panjang (Gunawan dan Suhartini: 2008).

Kewajiban untuk melaksanakan CSR tertuang dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74. Pasal 74 tersebut menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang/berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, UU No. 40 Tahun 2007 pasal 1 ayat 3, menyatakan komitmen perseroan yang berperan dalam pembangunan ekonomi, untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan lingkungan yang bermanfaat untuk semua pemangku kepentingan dan masyarakat.

Tercatat dari 438 perusahaan yang saat ini tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI), baru ada sekitar 25 perusahaan yang membuat *sustainability report* (laporan keberlanjutan). Hal tersebut diungkapkan oleh Ali Darwin, Chairman

National Center for Sustainability Report (NSCR). Menurut Ali, *sustainability report* sangat penting bagi sebuah perusahaan dalam mempertanggungjawabkan bisnis yang dijalankannya. Bukan hanya kepada para pemegang saham tetapi juga kepada publik. Terutama kaitannya dengan kepedulian sosial, pelestarian, serta peremajaan lingkungan. "Dari 25 perusahaan itu, sebagian besar baru perusahaan tambang,"katanya.

Ada beberapa faktor yang menurut Ali membuat perusahaan enggan membuat *sustainability report*. Pertama yaitu perusahaan tersebut tidak transparan dalam menjalankan bisnisnya, dan tidak memiliki komitmen menjadi perusahaan GCG (*good corporate governance*). Faktor kedua yaitu perusahaan menganggap *sustainability report* sebagai sebuah biaya tambahan. Sedangkan yang ketiga yaitu, belum ada suatu peraturan yang mewajibkan sebuah perusahaan untuk merilis *sustainability report*. Lain halnya yang terjadi di beberapa negara lain seperti Swedia, Belanda, Jepang, Afrika Selatan dan China. Di negara-negara tersebut, pemerintah setempat sudah mewajibkan setiap perusahaan, baik perusahaan BUMN maupun perusahaan terbuka untuk membuat *sustainability report*. "Rencananya, pemerintah Vietnam mulai tahun depan baru akan menerapkan kewajiban membuat *sustainability report*," katanya.

Sudah banyak juga perusahaan yang melaporkan kegiatan CSR nya dalam *sustainability report*. WWF (*World Wild Fund*) Indonesia dan Hypermart telah menutup program #beliyangbaik untuk lingkungan yang lestari. Kegiatan edukasi langsung di booth BrightFuture dan talkshow di Hypermart di Surabaya, Makassar, Palembang, Balikpapan dan Jakarta, serta lewat blog dan social media,

berhasil menjangkau lebih dari 7.6 juta orang untuk aktif bersama menciptakan lingkungan yang lestari demi masa depan yang cerah bagi generasi mendatang dengan cermat #beliyangbaik. Selama masa periode program #beliyangbaik, setiap pembelian produk Lipton, Bango, Lifebuoy, Pepsodent, Domestos, Dove, Molto, Rinso dan Pure It di Hypermart, konsumen secara otomatis ikut mendonasikan Rp 1.000 untuk program NEWtrees. Hingga penutupan periode, program #beliyangbaik untuk lingkungan yang lestari berhasil menyumbangkan 10.000 pohon di Cisarua (Jawa Barat), Jogjakarta dan Tulungagung lewat program NEWTrees dari WWF.

Program #beliyangbaik sejalan dengan komitmen Unilever untuk menumbuhkan bisnisnya seraya mengurangi dampak lingkungan yang ditimbulkan serta meningkatkan dampak positif bagi masyarakat, sesuai dengan yang tertuang dalam strategi Unilever Sustainable Living Plan (USLP). “Dalam rantai bisnis kami, konsumen merupakan pihak yang berada di bagian hilir, dan untuk menciptakan masa depan yang lebih cerah kami turut mengajak konsumen untuk bergandeng tangan bersama kami dalam mengurangi jejak karbon. Mengapa? Karena 68% dari jejak karbon rantai bisnis Unilever berasal dari saat konsumen memakai produk, seperti memasak, mencuci, mandi sampai membuang kemasan produk. Program #beliyangbaik untuk lingkungan yang lestari merupakan cara kami untuk menggandeng dan membangun kepedulian konsumen dalam memilih dan memperlakukan produk yang sehari-hari mereka pakai,” Joy Tarigan, Head of Customer Development for Hypermarket and RTM Channels.

Berdasarkan survei yang dilakukan kepada 200 konsumen yang menerima

edukasi selama jalannya periode program di Hypermart kami menemukan sejumlah 87% konsumen mulai menyadari bahwa mempertimbangkan berbagai dampak terhadap lingkungan dari sebuah produk sebelum membelinya itu penting. Lebih lanjut, 61% menyatakan akan menjalankan kebiasaan baik untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan seperti mengelola sampah dan menghemat penggunaan air ketika menggunakan produk rumah tangga. WWF menyambut baik hasil program #beliyangbaik untuk lingkungan yang lestari, “Kami senang bisa ikut membantu menginspirasi masyarakat untuk memelihara perilaku cermat dalam memilih produk keseharian terkait dampaknya terhadap lingkungan dari produk yang akan dibeli,” ujar Devi Suradji, Direktur Marketing WWF Indonesia. Sambutan positif akan kolaborasi ini juga disampaikan oleh Director of Public Relation & Communication PT Matahari Putra Prima Tbk (MPPA), Danny Kojongian, “Ini adalah bukti nyata bahwa bisnis bisa membantu kelestarian lingkungan terjaga. Dengan adanya program ini, konsumen dapat tereduksi sekaligus ikut terlibat dengan cara yang mudah”. Sebagai salah satu wujud nyata dari program #beliyangbaik untuk lingkungan yang lebih lestari, sejumlah karyawan Unilever Indonesia, Hypermart dan WWF Indonesia mulai mengawali penanaman pohon Cisarua, Jawa Barat.

Sejalan dengan kegiatan usahanya, perusahaan memerlukan tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) untuk mencapai tujuannya secara maksimal dan menghasilkan citra yang baik dihadapan masyarakat. Salah satu penerapan tata kelola perusahaan yang baik yaitu dengan keberadaan dewan komisaris independen dalam perusahaan yang

cenderung mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang lebih luas kepada para *stakeholder*-nya. Penelitian yang dilakukan Ratnasari dan Prastiwi (2010) menyatakan adanya pengaruh proporsi dewan komisaris independen suatu perusahaan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

Teori keagenan merupakan bagian dari *game theory* yang mendefinisikan sebagai hubungan antara Agen (manajemen suatu usaha) dan Principal (pemilik usaha). Di dalam hubungan keagenan terdapat suatu kontrak dimana satu orang atau lebih (principal) memerintah orang lain (Agen) untuk melakukan beberapa jasa untuk kepentingan yang melibatkan pendelegasian beberapa otoritas dalam membuat keputusan kepada agen. Kaitan teori dengan penelitian ini yaitu agen mempunyai tanggung jawab untuk meningkatkan citra perusahaan dengan cara menghasilkan laporan keuangan yang berkualitas untuk menarik pihak prinsipal agar tertarik berinvestasi pada perusahaan. Agen dan prinsipal juga bekerjasama untuk mensejahterahkan masyarakat sekitar dalam mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*. Adanya tujuan tersebut, pihak prinsipal pun ingin menghasilkan profit yang tinggi setiap tahunnya dan memasang target untuk menambah kekayaan modal perusahaan, tetapi di sisi lain pihak agen pun memainkan target tersebut agar mendapat bonus dari prinsipal. Di sini lah terjadinya asimetri pelaporan dimana pihak agen jauh lebih mengerti mengenai informasi yang ada dalam perusahaan, sehingga pihak agen pun dapat memainkan isi dari laporan keuangan tersebut untuk meraih keuntungan semata.

Hubungan penelitian dari profitabilitas dengan *Corporate Social*

Responsibility Disclosure telah banyak digunakan sebagai variabel bebas dan terikat dalam penelitian. Jika semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan tersebut, maka perusahaan tersebut akan bisa mengatasi kewajiban yang harus diberikan oleh pemegang saham sebagai dividen. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya. Selain mendapatkan dividen yang dibagikan oleh perusahaan, manajer juga berhak untuk berkecimpung dalam penentuan kebijakan perusahaan. Berbeda dengan Wijaya (2012) yang melakukan penelitian dengan menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008-2010 ditemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Hubungan antara ukuran perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure* juga banyak digunakan dalam penelitian sebagai variabelnya. Menurut Hilmi dan Ali (2008) ukuran perusahaan dapat dinilai dari beberapa segi. Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat didasarkan pada total nilai aktiva, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya. Perusahaan besar akan semakin luas dalam pengungkapan informasinya, karena resiko di perusahaan besar jauh lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan menengah. Hasil penelitian yang menunjukkan adanya hubungan positif signifikan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial yaitu Andreas dan Lawer (2010).

Dewan Komisaris adalah bagian dari organ perusahaan yang bertugas dan bertanggungjawab secara kolektif untuk melakukan pengawasan dan memberikan

nasihat kepada direksi serta memastikan bahwa perusahaan melaksanakan GCG, Namun demikian, dewan komisaris tidak boleh turut serta dalam mengambil keputusan operasional (Sembiring, 2005). Berkaitan dengan ukuran dewan komisaris, Coller dan Gregory (1999) dalam Sembiring (2005) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan chief executive officer (CEO) dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan CSR disclosure, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Berkaitan dengan CSR disclosure, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Menurut Sembiring (2005), manajemen memiliki dorongan untuk mengungkapkan informasi yang diumumkan dan menyembunyikan informasi yang tidak diungkapkan. Informasi yang diungkapkan akan diungkapkan seluas-luasnya, sedangkan informasi yang tidak diungkapkan tidak akan diungkapkan. Akibatnya, pemegang saham tidak mengetahui secara khusus informasi apa yang disembunyikan. Mengatasi masalah tersebut pemegang saham mendelegasi wewenang kepada dewan komisaris dalam memonitor aktivitas manajemen. Menurut hasil penelitian terdahulu dari (Dewi Amalia, 2013) tidak adanya pengaruh positif ukuran dewan komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, sedangkan menurut (Uki & Oman, 2016) menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif ukuran dewan komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Leverage adalah sejauh perusahaan menggunakan pendanaan melalui utang akan memberikan beberapa dampak (Brigham dan Houston, 2010: 140). Menurut Belkoui dan Karpik (1989) dalam Suryono dan Prastiwi (2011) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial, akan diikuti oleh pengeluaran untuk pengungkapan yang dapat mengurangi pendapatan. Ini berarti bahwa *leverage* memberikan sinyal buruk bagi pemangku kepentingan lainnya dari perusahaan akan lebih percaya dan memilih untuk berinvestasi di perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang sehat. Oleh karena itu, manajer perusahaan untuk mengurangi biaya (termasuk biaya untuk mengungkapkan laporan sosial dan lingkungan). Menurut hasil penelitian dari (Linda & Erlina, 2012) menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh positif *leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, sedangkan menurut (Uki & Oman, 2016) menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif *leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Berbagai penelitian terdahulu telah dilakukan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, *leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, namun belum menunjukkan hasil yang konsisten. Hasil penelitian Ahmad Kamil (2012) menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, sedangkan hasil penelitian Linda Santoso (2012) dan Erlina Chandra (2012) menunjukkan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Variabel ukuran perusahaan yang diteliti oleh Fikih Ardhy (2016) dan Lenu Suzan (2016) menunjukkan

ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, sedangkan hasil penelitian Dewi Amalia (2013) menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Variabel ukuran dewan komisaris yang diteliti oleh Dewi Amalia (2013) menunjukkan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, sedangkan hasil penelitian Uki Agustina (2016) dan Oman Rosmana (2016) menunjukkan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Variabel *leverage* yang diteliti oleh Uki Agustina (2016) dan dan Oman Rosmana (2016) menunjukkan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, sedangkan hasil penelitian Linda Santoso (2012) dan Erline Chandra (2012) menunjukkan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Objek penelitian ini yaitu perusahaan LQ-45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Alasan peneliti memilih sektor ini dikarenakan penilaian investor terhadap perusahaan LQ-45 yang masih cukup tinggi. Investor menilai pada perusahaan LQ-45 cukup kompetitif dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi sehingga potensi pertumbuhan serta profitabilitasnya cukup tinggi. Penelitian ini juga mendukung tujuan penelitian yang utama yaitu untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, *leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Dari uraian di atas maka penelitian ini akan mengajukan judul mengenai **“Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, dan Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan LQ-45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

- 1 Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*?
- 2 Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*?
- 3 Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*?
- 4 Apakah *leverage* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini, maka dapat menganalisis beberapa tujuan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk menganalisis secara empiris pengaruh profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* yang terdaftar pada Indeks LQ-45

periode 2014-2018.

2. Untuk menganalisis secara empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* yang terdaftar pada Indeks LQ-45 periode 2014-2018.
3. Untuk menganalisis secara empiris pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* yang terdaftar pada Indeks LQ-45 periode 2014-2018.
4. Untuk menganalisis secara empiris pengaruh *leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* yang terdaftar pada Indeks LQ-45 periode 2014-2018.

1.4 Manfaat penelitian

Dengan dilakukan penelitian ini, peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak, yaitu:

1. Manfaat bagi perusahaan:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk memberikan gambaran kepada perusahaan bahwa tanggung jawab sosial merupakan sesuatu yang baik dan harus dilakukan bagi perusahaan, yang dapat digunakan sebagai referensi dalam pengambilan kebijakan oleh perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan menerbitkan laporan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Manfaat bagi peneliti:

Hasil penelitian ini diharapkan untuk mendapatkan pemahaman mengenai

Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD) dalam laporan tahunan perusahaan, mengetahui pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan *leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRD) dan untuk mengetahui seberapa besar tanggung jawab suatu perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab sosialnya serta merupakan sebuah aplikasi dari teori yang telah didapatkan oleh peneliti dalam perkuliahan.

3. Manfaat bagi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya:

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi mahasiswa khususnya yang menempuh di jurusan akuntansi, untuk menambah wawasan dan pembelajaran tentang pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan *leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*, dan memberikan literatur terhadap peneliti yang selanjutnya.

4. Manfaat bagi masyarakat:

Hasil penelitian ini diharapkan agar memberikan kesadaran kepada masyarakat bahwa mereka mempunyai hak yang dapat diminta kepada perusahaan, karena daerah yang dibuat oleh operasional perusahaan telah dieksploitasi untuk proses produksi.

1.5 Sistematika Penulisan Proposal

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdapat beberapa sub bab, yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini berisi gambaran subyek penelitian dan analisis data yang memuat analisis deksriptif, analisis statistik serta pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi penutup yang menguraikan tentang kesimpulan akhir, keterbatasan penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya.