

# **BAB I**

## **LATAR BELAKANG**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era globalisasi ini terdapat isu tentang pertanggungjawaban social (*Corporate Social Responsibility*) yang banyak dibicarakan masyarakat. Perusahaan tidak hanya dituntut mengejar keuntungan yang sebesar-besarnya tetapi harus memperhatikan lingkungan sekitarnya, baik manusia maupun alam. Pengungkapan tanggung jawab sosial menjadi penting untuk melihat apakah perusahaan sudah melaksanakan fungsi sosialnya.

Perusahaan sebagai salah satu pelaku ekonomi mempunyai peranan yang sangat penting terhadap kelangsungan hidup perekonomian dan masyarakat luas dalam menghadapi era globalisasi sekarang ini. Kemajuan di bidang informasi dan teknologi serta adanya keterbukaan pasar menjadikan perusahaan-perusahaan yang ada harus memperhatikan secara serius dan terbuka mengenai dampak dari tingkah laku perusahaan terhadap lingkungan dan stakeholder. Seiring dengan berjalannya waktu, masyarakat semakin menyadari adanya dampak-dampak negatif yang ditimbulkan oleh perusahaan dalam menjalankan operasinya, karena itu para pelaku bisnis semakin dituntut agar tidak hanya berorientasi dalam memaksimalkan laba tetapi juga mampu memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sekitar dalam bentuk penyisihan dana (Budi Setyawan, 2015). Bentuk kontribusi positif tersebut dapat dilakukan dengan mengembangkan *Corporate Social Responsibility*.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya pada perusahaan industri yang menghasilkan dampak negatif pada lingkungan dan masyarakat, tetapi juga sektor-sektor lain seperti jasa, asuransi, komunikasi, lembaga keuangan bank dan bukan bank (Djogo, 2015). Sektor perbankan diharapkan tidak hanya melaksanakan tugas-tugas utama perbankannya melainkan juga diminta untuk tetap memiliki kepedulian terhadap lingkungan (komunitas) sebagai wujud *Corporate Social Responsibility*. Kepedulian kepada masyarakat sekitar atau relasi komunitas dapat diartikan sebagai peningkatan partisipasi dan posisi organisasi di dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya kemasyarakatan bersama bagi organisasi dan komunitas.

Bank dengan jumlah cabang yang lebih banyak dianggap mempunyai visibilitas tinggi antar pelanggan sehingga harus lebih banyak juga melaporkan kegiatan tanggung jawab sosialnya (Branco dan Rodrigues, 2014). Dibandingkan dengan bank yang jumlah kantor cabangnya lebih sedikit, bank dengan jumlah kantor cabang yang lebih banyak diharapkan akan lebih banyak pula melakukan dan menginformasikan tanggungjawab sosialnya, sehingga image dari bank tersebut akan tetap terjaga dan dapat menarik nasabah yang lebih banyak. Penelitian ini dilakukan karena pada CSR terdapat fenomena yang dialami oleh bank yang merupakan lembaga keuangan yang menjual kepercayaan serta dihadapkan oleh banyak resiko keuangan. Bank dituntut untuk mampu mengelola kinerja keuangannya dengan baik serta menyampaikan laporan keuangannya secara transparan, agar investor berminat untuk menanamkan dananya pada bank tersebut. Semakin baik kinerja keuangan suatu bank akan semakin menarik minat

bagi investor. Dengan banyaknya investor yang menanamkan dananya di suatu bank, bisa dikatakan bahwa bank tersebut memiliki nilai yang baik di mata investor. Persepsi investormengenai nilai perusahaan, sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi, membuat nilai perusahaan juga tinggi. Harga saham merupakan harga yang terjadi pada saat saham diperdagangkan di pasar (Fakhrudin & Hadianto dalam Sri dan Dewi, 2018) CSR sebagai konsep akuntansi adalah transparansi pengungkapan sosial atas kegiatan atau aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan, dimana transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya berupa informasi keuangan perusahaan saja, tetapi perusahaan juga diharapkan mengungkapkan informasi mengenai dampak-dampak sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan (Handriyani, 2013:1).

Di Indonesia, kegiatan CSR adalah wajib, dan kewajiban tersebut telah diatur dalam UU No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) resmi ditetapkan pada 16 Agustus 2007 yang didalamnya menjelaskan secara lugas mengenai keharusan membuat laporan keuangan tahunan tentang tanggungjawab sosial dan lingkungan dan jika perusahaan tidak melaksanakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Pelaporan tersebut merupakan gambaran perlunya akuntabilitas perseroan perusahaan atas pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan, dengan begitu para *stakeholder* juga dapat menilai pelaksanaan kegiatan tersebut (Badjuri, 2014). Untuk perusahaan *Go Public*, harus mempublikasi laporan tanggungjawab sosial kepada masyarakat luas, jika perusahaan belum *Go Public* harus tetap melaporkan laporan tanggungjawab

sosial walaupun hanya sebatas pada regulator dan pemegang saham (Paramitha, 2010).

Penyampaian informasi tanggungjawab sosial oleh perusahaan seringkali dilakukan melalui laporan tahunan (Branco dan Rodrigues, 2014). Pada dasarnya, laporan tahunan merupakan sumber data yang penting tentang sebuah perusahaan yang digunakan sebagai sumber untuk mengumpulkan data atas pengungkapan informasi tanggungjawab sosial (Roberts, 2012).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR adalah Profitabilitas. Menurut Heinze dalam Hackston dan Milne (1996), Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham, sedangkan menurut teori keagenan mengatakan semakin besar perolehan laba yang didapat, semakin luas informasi sosial yang diungkapkan perusahaan. Itu dilakukan untuk mengurangi biaya keagenan yang muncul. Hal ini berarti, semakin tinggi tingkat Profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosialnya.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menggunakan *signalling theory* dan *agency theory*. *Signalling theory* menjelaskan bahwa perusahaan dapat memanfaatkan informasi sebagai suatu media untuk memberikan sinyal kepada para pemakainya, baik sinyal positif maupun negatif. Teori ini menjelaskan bahwa manajemen memberikan informasi sebagai sinyal untuk menghindari asimetri informasi dalam perusahaan, sehingga kinerja yang dihasilkan dimasa depan akan dipercaya oleh pasar. *Agency theory* menjelaskan mengenai dua pelaku ekonomi yang saling bertentangan yaitu *principal* dan agen. Berdasarkan *theory signalling*

dan *agency theory* dengan memberikan sinyal yang baik sebagai bentuk tanggungjawab mereka terhadap para pemakainya atau kepada calon pemegang saham.

Beberapa penelitian terkait telah menjelaskan bukti hubungan pengaruh Profitabilitas terhadap CSR. Ni Kadek dan I Gusti (2016) membuktikan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap CSR. Pada penelitian yang dilakukan oleh Meita Wahyu dan Nur Fadrijh (2015) serta Moh. Ebrahim, Soliman, dan Rezk Abou (2015) membuktikan bahwa serta Lian Permata (2014) menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Ni Putu dan I G. N. Agung (2015) membuktikan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Rafika dan Yulius (2014) yang menyatakan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR.

Pada penelitian terdahulu Kepemilikan Saham Publik tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR menurut Ahmad Badjuri dan Marzully dan masih belum banyak yang melakukan penelitian menggunakan Kepemilikan Saham Publik. Demikian penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Dewan Direksi, Profitabilitas, dan Kepemilikan Saham Publik terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Industri Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Dewan Direksi berpengaruh terhadap pengungkapan CSR ?
2. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
3. Apakah Kepemilikan Saham Publik berpengaruh terhadap pengungkapan CSR ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh antara Dewan Direksi terhadap pengungkapan CSR.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara Profitabilitas terhadap pengungkapan CSR.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara Kepemilikan Saham Publik terhadap pengungkapan CSR.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teoritis  
Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi referensi dan masukan bagi perkembangan ilmu ekonomi.
2. Praktis  
Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu pihak lain dalam penyajian informasi untuk diadakannya penelitian yang serupa dengan penelitian ini.

## **1.5 Sistematika Penulisan Skripsi**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini akan diuraikan tentang tinjauan pustaka yang menguraikan penelitian terdahulu sebagai rujukan dan pembanding penelitian saat ini, juga terdapat landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

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

Bab ini menguraikan Rancangan penelitian, Batasan penelitian, Populasi sampel juga teknik pengambilan sampel, Data dan Metode pengumpulan data juga Teknik Analisis Data yang digunakan.

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

Dalam bab ini akan diawali dengan gambaran umum objek penelitian yang berisi karakteristik populasi atau sampel. Uraian selanjutnya adalah analisis hasil pengolahan dan pengujian hipotesis yang akan diakhiri dengan pembahasan atau diskusi dari hasil analisis.

**BAB V : PENUTUP**

Dalam bab ini akan diawali dengan kesimpulan hasil analisis dan pembahasan penelitian dengan saran-saran yang berisikan penyempurnaan bagi penelitian selanjutnya.

