

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang tidak hanya peduli pada upaya peningkatan terhadap ragam dan kualitas produknya saja, namun juga yang memiliki komitmen penuh dan tanggung jawab serta kepekaan terhadap lingkungan social. Kepedulian tersebut direalisasikan perseroan melalui program pengungkapan tanggung jawab social perusahaan.

Kegiatan bisnis terutama yang bergerak di bidang pemanfaatan sumber daya alam tentu memberikan dampak pada lingkungan sekitarnya seperti masalah-masalah polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Adanya dampak pada lingkungan tersebut mempengaruhi kesadaran masyarakat akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial atau yang dikenal dengan CSR (*Corporate Social Responsibility*), yaitu sebuah konsep yang menggambarkan suatu perusahaan yang memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek kegiatan operasional perusahaan. Saat ini seluruh perusahaan berbagai sektor bisnis di Indonesia sebagian besar mengklaim bahwa perusahaan mereka telah melaksanakan kewajiban sosialnya terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Seluruh perusahaan semakin dituntut untuk memberikan informasi yang transparan atas aktivitas sosialnya, sehingga pengungkapan terhadap *Corporate Social Responsibility* diperlukan peran dari akuntansi pertanggungjawaban sosial.

Di Indonesia pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) telah mendapat perhatian yang cukup besar oleh masyarakat. Hal ini dilatarbelakangi oleh berbagai kasus yang terjadi seperti, masyarakat yang protes atas pencemaran lingkungan akibat meningkatnya polusi udara dan limbah industry yang dilepas ke lingkungan, penggundulan hutan secara terus-menerus, buruknya kualitas dan keamanan produk, eksploitasi sumber daya alam secara berlebihan, penyerobotan lahan, penyalahgunaan investasi dan lain-lain. Sehingga dapat menyebabkan hubungan yang tidak harmonis antara perusahaan dengan lingkungan social. Untuk itu masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melakukan aktivitas sosialnya.

Suatu perusahaan memang tidak dapat dipisahkan dari tanggung jawabnya terhadap sosial dan lingkungan. Banyak perusahaan yang seakan berlomba meng-expose diri dalam kegiatan yang berorientasi sosial, seperti PT Unilever Indonesia dengan program "Lifebouy Hand Washing Campaign" dan "Rinso, bersih itu baik" dan AQUA dengan program "1=10 liter", serta banyak lagi program sosial yang memiliki program CSR yang beragam. Sebagai contoh kasus yang terjadi yaitu PT Holcim Cilacap yang kini berganti nama menjadi PT Solusi Bangun Indonesia Tbk melibatkan masyarakat dalam merumuskan program tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat. Pada tahun 2018, program CSR ini dinikmati oleh lebih dari 3.813 warga. Program tersebut direalisasikan melalui kegiatan renovasi rumah tidak layak huni sebanyak 32 unit, jambanisasi untuk kesehatan 48 keluarga, plesterisasi rumah sehat dan pembangunan jalan beton sepanjang 4.063 meter. Dibidang pendidikan dilakukan penyaluran paket

beasiswa 628 pelajar, pelatihan 6G bagi pemuda cilacap, serta mendorong inovasi industri batik mangrove di kelurahan Kutawaru dengan pewarna alami. Program-program tersebut telah membantuk menurunkan angka kemiskinan di kabupaten Cilacap yang saat ini cenderung turun (Republika.co.id).

Pemilihan perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian karena jumlah perusahaan yang masuk kategori perusahaan manufaktur lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Alasan lain memilih perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian ini adalah karena saham perusahaan manufaktur lebih banyak diminati oleh investor daripada perusahaan lainnya. Perusahaan manufaktur tidak terikat pada peraturan pemerintah, serta perusahaan manufaktur merupakan salah satu aset yang memiliki peranan penting dalam pembangunan, terlebih lagi dalam menghadapi era persaingan bebas, perusahaan manufaktur dituntut semakin efektif dalam mempublikasikan laporan keuangannya dimana pengguna laporan keuangan memiliki kepentingan dalam hal tersebut.

Konsep keagenan yaitu sebuah kontrak yang dimana *principal* menyewa *agent* untuk melakukan kontribusi bagi kepentingan mereka dengan memberikan beberapa wewenang pembuatan keputusan kepada agen. Sesuai dengan teori agensi maka perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar yang disusul dengan menyatakan informasi lebih banyak pula. Banyaknya informasi yang dipegang oleh calon investor akan mengakibatkan semakin kecilnya tingkat ketidakmenentuan yang ditanggung calon investor itu sendiri mengenai masa depan perusahaan emiten.

Corporate Social Responsibility merupakan komitmen perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasinya untuk senantiasa memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat social dan lingkungan. Penerapan CSR ini dapat dilakukan dengan pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) yang disosialisasikan ke publik dalam bentuk laporan tahunan (*annual report*) perusahaan. Undang-undang telah mengatur pelaksanaan CSR dengan menerbitkan Undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pengungkapan CSR juga telah diatur dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 paragraf 9 tentang pengungkapan dampak lingkungan (Putri & Kurnia 2017).

Dampak dari aktivitas social perusahaan yang berbeda-beda tergantung pada jenis atau karakteristik perusahaan. Karakteristik perusahaan yang menghasilkan dampak social yang tinggi akan menuntut pemenuhan tanggung jawab social yang tinggi pula. Dalam hal ini karakteristik perusahaan yang digunakan yaitu profitabilitas, leverage, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, dan ukuran dewan komisaris.

Profitabilitas adalah suatu persentase yang digunakan perusahaan untuk menilai sejauh mana perusahaan tersebut dalam memperoleh laba atau keuntungan selama periode tertentu. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, semakin besar pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan. Hal ini dapat menarik investor untuk melakukan penanaman modal pada perusahaan tersebut. Rasio ini diukur menggunakan *Return On Assets*. Menurut peneliti Putri & Kurnia (2017) menyatakan bahwa

profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban social. Sedangkan menurut Purwanto (2011) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial.

Leverage adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Putri & Kurnia (2017) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan pertanggungjawaban social. Sedangkan menurut Wiyuda & Pramono (2017) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan pertanggungjawaban social.

Ukuran dewan komisaris adalah banyaknya dewan komisaris dalam sebuah perusahaan. Dewan komisaris merupakan dewan yang bertugas melakukan pengawasan dan bertanggung jawab serta memberikan nasihat kepada direksi perusahaan. Menurut Djuitaningsih (2012) ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan menurut Amalia (2013) ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Kepemilikan Institusional adalah kepemilikan saham perusahaan oleh institusi lain, seperti perusahaan asuransi, bank, dana pensiun, dan asset management. Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor institusional sehingga dapat menghalangi perilaku opportunistic manajer. Kepemilikan institusional dapat mempengaruhi jalannya perusahaan yang pada akhirnya berpengaruh pada kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan. Institusi dalam kepemilikan saham yang relatif besar dalam

perusahaan dapat meningkatkan kualitas keputusan investasi dalam tanggung jawab sosial, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang. Menurut Amalia (2013) kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap pengungkapan pertanggungjawaban social. Sedangkan menurut Djuitaningsih & Marsyah (2013) kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pertanggungjawaban social.

Kepemilikan manajerial adalah besarnya kepemilikan saham yang dimiliki oleh manajer pada perusahaan tersebut. Dengan adanya kepemilikan tersebut para manajer mempunyai kesempatan yang dapat terlibat langsung dalam kepemilikan saham, sehingga membuat manajer mempunyai kedudukan yang sama dengan para pemegang saham. Menurut Karima (2014) kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan menurut Sari (2015) kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena terdapat penelitian terdahulu memiliki hasil yang tidak konsisten satu sama lain dan penelitian sekarang menambahkan variabel independen yang tidak digunakan pada penelitian terdahulu. Selain itu, penelitian ini juga penting karena memiliki tujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* itu pada perusahaan manufaktur. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan fenomena yang ada maka dibuatlah penelitian kembali mengenai *corporate social responsibility* dengan judul **“PENGARUH KARAKTERISTIK**

PERUSAHAAN TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR”

1.2. Perumusan Masalah

1. Apakah *profitabilitas* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
3. Apakah *ukuran dewan komisaris* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
4. Apakah *kepemilikan institusional* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
5. Apakah *kepemilikan manajerial* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh *profitabilitas* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia
2. Mengetahui pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia

3. Mengetahui pengaruh *ukuran dewan komisaris* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia
4. Mengetahui pengaruh *kepemilikan institusional* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia
5. Mengetahui pengaruh *kepemilikan manajerial* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia

1.4. Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan masukan ataupun bahan pembanding bagi mahasiswa lain yang ingin melakukan penelitian serupa atau penelitian yang lebih besar.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi pihak-pihak yang mempunyai kepentingan dalam kegiatan perusahaan untuk merencanakan kegiatan operasional.

1.5. Sistematika Penulisan Proposal

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSAKA

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

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang rancangan riset, 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 SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini menjelaskan tentang gambaran subyek penelitian dan analisis data secara garis besar dari hasil penelitian analisis deskriptif, pengujian hipotesis, serta pembahasan

BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran yang merupakan bagian akhir setelah analisis dilakukan