

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin banyak pula tuntutan dari masyarakat sekitar terhadap perusahaan. Banyak perusahaan yang menggunakan segala cara untuk memenangkan persaingan, oleh karena itu manajer diharapkan dapat menjalankan bisnis yang sesuai dengan etika dalam berbisnis. Perusahaan diharapkan dapat memiliki tanggung jawab sosial dalam masyarakat atau yang biasa disebut dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah proses pendekatan bisnis dengan memberikan kontribusi terhadap pembangunan yang berkelanjutan dengan memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan bagi seluruh pemangku kepentingan. Kotler dan Lee dalam Ismail (2009 : 5) mendefinisikan CSR sebagai sebuah komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui diskresi praktek bisnis dan kontribusi sumber daya perusahaan. Definisi oleh Philip Kotler dan Nancy Lee tersebut dapat dijadikan pemahaman bahwa pelaksanaan CSR merupakan suatu komitmen perusahaan yang dengan rela melaksanakan CSR untuk turut serta dalam peningkatan kesejahteraan komunitas dan tidak semata mata hanya memenuhi tuntutan hukum maupun Undang – Undang.

Proses pelaksanaan CSR ini dikenal dengan istilah *Triple Bottom Line* yang memuat tiga hal yaitu *Planet*, *People* dan *Profit*. *Planet* diibaratkan tempat berpijaknya manusia, maka perusahaan harus memperhatikan lingkungan sekitar

dalam mengelola sisa hasil produksi yang berupa limbah. Sehingga, dapat dipastikan bahwa dalam proses produksinya sudah berjalan secara higienis. Dan, perusahaan dapat melakukan CSR kepada masyarakat yang berada di eksternal perusahaan dengan memanfaatkan limbah yang ada taukah memberikan bentuk CSR selain itu. *People* mengibaratkan keberadaan perusahaan di suatu wilayah, baik dalam lingkup intern dan ekstern harus dapat mensejahterakan manusia (*people*) yang berpengaruh terhadap wilayah tersebut. Sehingga, perusahaan sudah semestinya mensejahterakan manusia yang berada di ekstern perusahaan juga. CSR merupakan wadah yang dijadikan bentuk perhatian perusahaan terhadap lingkungan sekitar perusahaan. *Profit* disini dimaksudkan untuk kesejahteraan stakeholdernya, bukan hanya untuk masyarakat sekitarnya dalam program CSR.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan diharapkan dapat memberikan bantuan dan solusi terbaik kepada seluruh karyawan, masyarakat, konsumen serta lingkungan. Melalui pelaksanaan kegiatan CSR maka dapat menjadikan sebuah perusahaan mendapat respon positif atas usaha dan kegiatannya. Respon tersebut akan memberi dampak berupa citra dan nama baik perusahaan di kalangan masyarakat. Apabila perusahaan memiliki nama baik maka tentunya usaha yang dijalankan akan lebih mudah dikenal dan diminati masyarakat.

Pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilakukan setiap akhir tahun yang dilaporkan pada laporan tahunan (*annual report*) perusahaan, yang mana laporan tahunan tersebut dapat diunduh di situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Laporan CSR harus dilaporkan beserta rincian biaya

yang dikeluarkan. Praktek pelaporan CSR mengacu pada pelaporan tiga segmen bidang usaha yaitu bidang sosial, bidang ekonomi dan bidang lingkungan. Hal tersebut juga tertuang pada laporan GRI (*Global Reporting Initiative*) yang merupakan suatu pedoman pelaporan keberlanjutan yang disepakati secara global di seluruh dunia. Total indikator yang terdapat dalam GRI mencapai 91 item ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)). Penelitian ini menggunakan pendekatan dikotomi dalam menilai tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pendekatan dikotomi adalah pembagian atas dua kelompok yang kelompok yang saling bertentangan. Dalam hal ini, setiap item tanggung jawab sosial dalam indeks GRI akan diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan.

Makna dari CSR lebih dari sekedar berdonasi, bahkan dapat digunakan untuk meningkatkan dukungan bisnis perusahaan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, terdapat penghargaan bagi perusahaan yang telah melaksanakan CSR dengan baik yaitu Penghargaan TOP CSR Awards. Unsur *Sustainable Development Goals* (SDGs) atau Tujuan Pembangunan Berkelanjutan dan *share values* harus ada di dalamnya, sebagaimana tertuang dalam panduan *Social Responsibility Global* (ISO 26000). Proses seleksi dimulai dengan meneliti laporan tahunan dan *Sustainability Reports* (Laporan Keberlanjutan) dengan menggunakan standar ISO 26000 dan SDGs. Selanjutnya, perusahaan yang lolos standarisasi diminta mengikuti proses RFI (*Request for Information*), dimana mereka dapat menunjukkan komitmennta sosial *Sustainability* dan SDGs. Dan yang terakhir, perusahaan yang lolos seleksi awal diminta untuk mempresentasikan aktivitas CSR holistiknya dan menunjukkan bukti adanya kegiatan yang mendukung *Sustainable Business* atau SDGs.

Rendahnya kualitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia menyebabkan kurangnya pemahaman seorang manajer perusahaan mengenai pelaksanaan CSR yang semestinya. Hal ini juga disebabkan karena motivasi pengungkapan CSR di Indonesia hanya untuk menjaga reputasi baik bagi pemegang saham. Sehingga wujud dan pengimplementasian CSR menjadi tidak sesuai dengan Undang – Undang (UU). Meskipun sudah diterbitkan UU No. 40 Pasal 74 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (atau disingkat UUPT), yang menjelaskan bahwa setiap perseroan yang bergerak di bidang sumber daya alam atau kegiatan yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, perusahaan dinilai hanya sekedar mematuhi peraturan pemerintah tersebut. Hal tersebut mendorong peneliti untuk menganalisis bagaimana pengaruh dari faktor – faktor yang menyebabkan rendahnya kualitas CSR di Indonesia.

Seperti pada kutipan CNN Indonesia pada 21 Juli 2016, terdapat temuan riset terkait *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang menyatakan bahwa kualitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan di Indonesia lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan asal Thailand. Berdasarkan informasi *Centre for Governance, Institutions, and Organizations National University of Singapore (NUS) Business School* memaparkan rendahnya pemahaman perusahaan terhadap praktik CSR, menyebabkan rendahnya kualitas pengoperasian agenda tersebut. Faktanya di Indonesia masih banyak kasus terkait rendahnya kualitas CSR. Salah satunya adalah salah kaprah CSR di Indonesia (2020). *Managing Partner* N&P Law Firm Dewi Novirianti dalam webinar memaparkan bahwa kurangnya aturan – aturan pelaksanaan pengaturan CSR di Indonesia ini sangat

kelas jika dilihat dari Peraturan Pemerintah (PP) yang masih sangat minim. Akibatnya, bentuk pengimplementasian *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi tidak sesuai dengan Undang – Undang (UU). Bahkan lebih parahnya, para pelaku usaha memandang *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai kegiatan sukarela atau *charity* dengan cara membagi-bagikan sembako.

Dalam teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan tidak beroperasi semata-mata untuk kepentingannya sendiri, tetapi merupakan entitas yang harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditur, konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat, analisis, dan pihak lain). Oleh karena itu, keberadaan perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan *stakeholder* terhadap perusahaan (Ghozali & Chariri, 2007). Dengan dukungan dari *stakeholder* manajer diharapkan untuk dapat melaksanakan tanggung jawab sosial dengan tepat supaya tujuan dari pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tercapai.

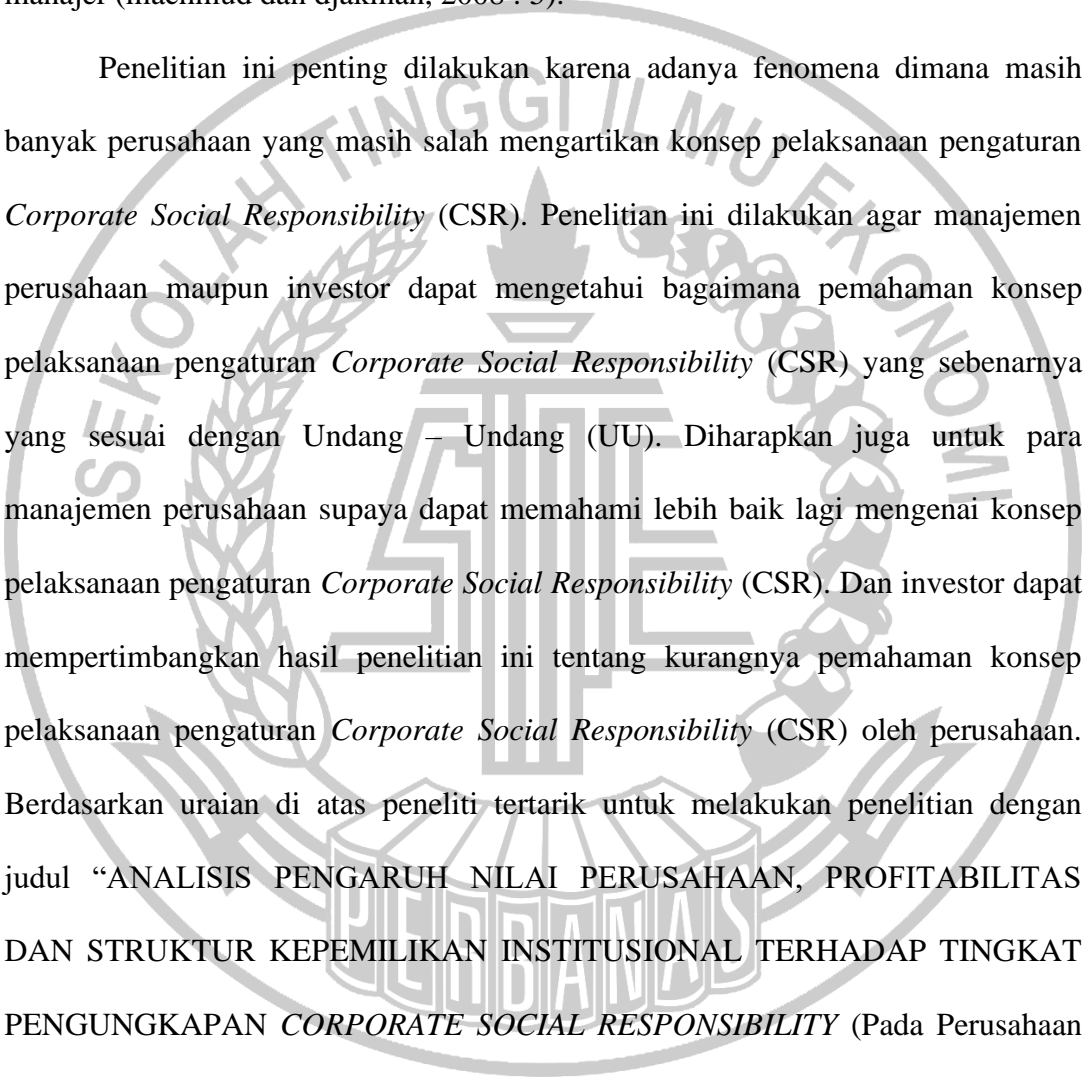
Faktor nilai perusahaan memiliki arti penting bagi perusahaan karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan (Suhardjanto dan Shinta, 2012). Nilai perusahaan adalah kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Pada penelitian sebelumnya tidak ada yang menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel independen, karena sejauh ini yang ditemukan oleh peneliti adalah nilai perusahaan sebagai variabel dependen.

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menganalisis kinerja perusahaan saat ini. Profitabilitas digunakan untuk mengevaluasi tujuan perusahaan. Profitabilitas diukur dengan membagi ROA laba bersih dan total aset. Semakin tinggi laba bersih dan kekayaan perusahaan maka semakin lengkap penyajian, pelaporan dan pengungkapan informasi yang terjadi di perusahaan tersebut. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan berkinerja baik dan telah berhasil mencapai tujuannya. Hal tersebut sejalan dengan penelitian oleh Sunarto dan Budi (2005), Rindawati (2015), Marko S. Hermawana, Stephanie G. Mulyawan (2014), Gusti Ayu Dyah Indraswari dan Ida Bagus Putra Astika (2014), Oktariani (2014) dan Rahajeng (2010), Nurkhin (2010) membuktikan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh secara positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan. Perusahaan dengan tingkat profit yang tinggi dapat mengungkapkan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang lebih banyak. Untuk menjaga kepercayaan *stakeholder*, maka jika suatu perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi, pengungkapan informasi sosial tersebut akan semakin besar (Anugerah, 2011). Berbeda dengan penelitian Yusiresita Pajaria, Inten Meutia dan Marlina Widiyanti (2016) hasil pengujian terhadap profitabilitas perusahaan bahwa profitabilitas menunjukkan pengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya profitabilitas suatu perusahaan belum tentu mengungkapkan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang lebih banyak.

Struktur kepemilikan dalam suatu perusahaan menjelaskan bahwa sebagai pemilik perusahaan memiliki tanggung jawab dan komitmen untuk mengelola dan

menyelamatkan perusahaan (Nazar, 2015). Kepemilikan institusional yaitu kepemilikan saham di suatu perusahaan yang memiliki wewenang lebih besar dibandingkan dengan pemegang saham kelompok lain untuk cenderung memilih proyek yang lebih beresiko dengan harapan akan memperoleh keuntungan yang tinggi (Handayani 2012). Keberadaan investor institusional ditujukan untuk memastikan transparansi informasi yang akan diperoleh pihak internal dan pihak eksternal. Ketika transparansi dapat diwujudkan maka tata kelola perusahaan akan lebih baik, salah satunya dapat diamati dari terus membaiknya jumlah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan. Seperti pada hasil penelitian Acep Edison (2017), Permatasari dan Prasetyono (2014), Khodadadi, et al (2010), Rustiarini, (2009) yang menyatakan kepemilikan institusional menunjukkan koefisien yang positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada perusahaan-perusahaan industri utama di BEI. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa keberadaan investor institusional akan lebih meningkatkan kemampuan perusahaan dalam mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Secara teoritis dan secara empiris menunjukkan pemahaman yang sama, artinya semakin besar kepemilikan institusional maka luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) semakin tinggi. Namun, hasil penelitian tersebut bertentangan dengan hasil penelitian Ramadhaningsih dan Utama (2013), Febriana dan Sukarta (2016) yang menemukan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada perusahaan *go public* di BEI. Berbeda pula dengan hasil penelitian Syailendra Eka Saputra (2019) dan Machmud

& Djaman (2008) menyatakan bahwa kepemilikan institusional tidak menunjukkan adanya berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Tingginya tingkat kepemilikan institusional mengarah pada pengawasan yang lebih besar oleh investor institusional yang dapat menghambat perilaku *opportunistic* manajer (machmud dan djakman, 2008 : 5).

Penelitian ini penting dilakukan karena adanya fenomena dimana masih banyak perusahaan yang masih salah mengartikan konsep pelaksanaan pengaturan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian ini dilakukan agar manajemen perusahaan maupun investor dapat mengetahui bagaimana pemahaman konsep pelaksanaan pengaturan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang sebenarnya yang sesuai dengan Undang – Undang (UU). Diharapkan juga untuk para manajemen perusahaan supaya dapat memahami lebih baik lagi mengenai konsep pelaksanaan pengaturan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dan investor dapat mempertimbangkan hasil penelitian ini tentang kurangnya pemahaman konsep pelaksanaan pengaturan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh perusahaan. Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS PENGARUH NILAI PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN STRUKTUR KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL TERHADAP TINGKAT PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019)”.  


## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat dirumuskan bahwa permasalahan penelitiannya yaitu sebagai berikut:



1. Apakah nilai perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
3. Apakah struktur kepemilikan institusional berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan penelitian tersebut, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh nilai perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
2. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
3. Untuk menganalisis pengaruh struktur kepemilikan institusional terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Untuk Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam mengambil keputusan perusahaan serta dapat mengetahui pentingnya adanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

- b. Untuk Calon Investor

Hasil penelitian ini dapat menjadi gambaran calon investor dalam mengetahui laporan keuangan tahunan perusahaan dengan cara menilai segala aspek yang berkaitan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang telah dilakukan kepada masyarakat.

### **1.5 Sistematika Penulisan Proposal**

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan proposal.

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

Pada tinjauan pustaka terdapat uraian mengenai penelitian terdahulu yang berbeda dengan uraian peneliti, kemudian berisi landasan teori, kerangka pemikiran, serta hasil hipotesis penelitian.

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

Pada bab metode penelitian berisi penjelasan tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, *teknik sampling*, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab hasil dan pembahasan ini berisi uraian mengenai obyek penelitian, analisis deskriptif, dan analisis data pengujian serta pembahasannya.

## BAB V PENUTUP

Pada bab penutup berisi kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran.

