

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di Era Globalisasi ini, terdapat banyak kecenderungan publik dalam menuntut akuntabilitas suatu perusahaan. Salah satu cara perusahaan dalam membangun dapat dilakukan melalui program *corporate social responsibility*. Kini perusahaan dapat melakukan program kegiatan *corporate social responsibility* dengan harapan perusahaan tidak hanya berfokus pada finansial saja tetapi juga memperhatikan suatu keadaan sosial dan lingkungan sekitar. Hal ini sebagaimana sesuai dengan isi dari bab V pasal 74 Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mengatur mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan sumber daya alam yang tidak dibatasi suatu kontribusinya serta termuat dalam laporan keuangan.

Corporate social responsibility merupakan suatu gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang difokuskan dalam kondisi finansial saja. Tanggung jawab perusahaan harus sudah semakin meningkat dalam mengatasinya. Perusahaan dituntut untuk dapat menyeimbangkan pencapaian kinerja dari keuangan, sosial dan lingkungan yang disebut *triple bottom line*, jika perusahaan hanya berfokus pada kondisi finansial saja maka tidak akan cukup untuk menjamin nilai perusahaan yang tumbuh secara bertahap atau berkelanjutan. *Corporate social responsibility* ini mempunyai peran yang sangat

penting bagi perusahaan dalam membantu perusahaan dalam memperlancar kegiatan operasional perusahaan.

Di Era kemajuan teknologi saat ini, membuat perusahaan semakin dapat meningkatkan daya saing yang kuat dalam meningkatkan suatu inovasi baru demi berkembangnya setiap perusahaan. Tujuan didirikannya suatu perusahaan yang berhubungan dengan *corporate social responsibility* adalah meningkatkan tanggung jawab sosial pada suatu perusahaan yang dapat diukur menggunakan indikator dalam *Global Reporting Initiative* (GRI). Hal ini bertujuan untuk mengetahui kondisi tanggung jawab sosial, kondisi keuangan pada perusahaan dan dapat membantu dalam melakukan pengambilan keputusan pada masa yang akan datang.

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*, diantaranya kepemilikan manajerial, komisaris independen, *size*, dan profitabilitas. Ada beberapa penelitian yang mengungkapkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* diantaranya oleh Santioso dan Chandra (2012), Damayanti (2017), Nurkhin (2010), Dewi dan Keni (2013), Putri (2017), Edison (2017), dan Giannarakis (2014).

Kepemilikan manajerial adalah proporsi pemegang saham dari pihak manajemen dalam pengambilan keputusan. Kepemilikan manajerial digunakan sebagai cara untuk mengatasi masalah keagenan. Hutang dapat menyelesaikan konflik keagenan sebagai hasil dari perilaku oportunistik manajer dan membiarkan konflik antara saham dan kreditur. Selain dapat mengurangi

keagenan keberadaan hutang dapat menekankan manajemen untuk mendapatkan laba sedikit lebih tinggi, namun menjadi lebih efisien karena dapat memperkecil peluang terjadinya kebangkrutan, hilangnya pengendalian dan reputasi perusahaan (Fatma,2011;2). Menurut penelitian Damayanti (2017) perusahaan dengan kepemilikan manajerial yang besar termasuk dalam perusahaan dengan risiko politis yang tinggi (*high-profile*), cenderung dapat mengungkapkan informasi sosial yang lebih dibandingkan perusahaan lain. Penelitian yang dilakukan oleh Edison (2017) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* menunjukkan bahwa secara teoritis dan empiris semakin besar kepemilikan manajerial maka semakin luas pengungkapan CSR. Perusahaan yang memiliki manajemen sebagai pemegang saham akan memikirkan kesejahteraan para pemegang saham sehingga manajemen akan bertindak lebih objektif dengan melakukan peningkatan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Damayanti (2017) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi *corporate social responsibility* adalah komisaris independen. Komisaris independen adalah suatu jabatan yang menjadi bagian dewan komisaris yang bersifat independen yang tidak memiliki afiliasi dengan anggota komisarin lain, pemegang saham direktur, atau manajemen perusahaan. Komisaris Independen diperlukan untuk meningkatkan independensi komisaris independen terhadap pemilik saham mayoritas sehingga dapat mementingkan kepentingan perusahaan dibanding kepentingan lainnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Santioso dan Chandra (2012) dan Nurkhin (2010) komisaris independen berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Semakin besar independensi komisaris independen maka pengungkapan CSR juga akan semakin besar, maka kemampuan komisaris independen dalam mengambil keputusan dalam rangka melindungi seluruh pemangku kepentingan dan mengutamakan perusahaan juga akan semakin objektif. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Damayanti (2017) bahwa komisaris independen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, semakin kecil independensi dewan komisaris maka pengungkapan *corporate social responsibility* juga akan semakin rendah, karena perusahaan memiliki jumlah komisaris independen yang sedikit dari total dewan komisaris yang ada.

Faktor lain yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*, yaitu *size*. *Size* adalah suatu ukuran atau skala yang menggambarkan besar kecilnya perusahaan berdasarkan nilai pasar, total pendapatan, volume penjualan dan lain-lain. *Size* digunakan untuk mengetahui besar kecilnya entitas bisnis. *Size* ini bisa didasarkan pada volume penjualan, total aset, jumlah tenaga kerja, dan kapitalisasi pasar. Penelitian yang dilakukan oleh Santioso dan Chandra (2012), Damayanti (2017), Nurkhin (2010), Dewi dan Keni (2013), Putri (2017) dan Giannarakis (2014) menyatakan *size* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* karena semakin besar ukuran perusahaan maka sumber informasi akan semakin luas dan memiliki tuntutan publik yang tinggi dibanding perusahaan yang kecil. Perusahaan yang

besar akan memiliki pemegang saham yang nantinya dengan program sosial yang dibuat oleh perusahaan dalam laporan tahunan. Laporan tahunan bisa digunakan untuk alat komunikasi tanggung jawab sosial perusahaan.

Faktor lain yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*, yaitu profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam mendapatkan laba dengan tujuan untuk meningkatkan nilai pemegang saham. Profitabilitas digunakan untuk mengukur tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* tergantung pada bagaimana manajemen mengelola aset untuk menghasilkan laba. Ketika laba meningkat, maka perusahaan akan melakukan lebih banyak tanggung jawabnya terhadap masyarakat. Lalu, jika perusahaan tidak mengelola asetnya dengan baik, maka perusahaan akan mengalami kerugian. Penelitian yang dilakukan oleh Santioso dan Chandra (2012), Damayanti (2017), Nurkhin (2010), Dewi dan Keni (2013), Putri (2017) dan Giannarkis (2014) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Dilihat dari kelemahan yang ada pada penelitian terdahulu, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian kembali mengenai kepemilikan manajerial, komisaris independen, *size* dan profitabilitas. Oleh karena itu, judul penelitian ini adalah **“Pengaruh kepemilikan manajerial, komisaris independen, *size* dan profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan pada sub bab sebelumnya maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* ?
2. Apakah komisaris independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* ?
3. Apakah *size* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* ?
4. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, pada penelitian ini maka peneliti memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
2. Untuk menguji pengaruh komisaris independen terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
3. Untuk menguji pengaruh *size* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
4. Untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

1.4 Manfaat Penelitian

Sangat diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan banyak manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

- a. Menambah wawasan dan memperluas pengetahuan pada bidang keuangan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*.
- b. Sebuah pengalaman dan sebagai sarana belajar agar dapat menganalisis data, sehingga dapat memahami dan meningkatkan daya kualitas pemahaman pada teori-teori yang terkait mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*.

2. Bagi Perusahaan

- a. Dapat menambah suatu gambaran mengenai kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
- b. Mendapat suatu gambaran mengenai berbagai faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu kepemilikan manajerial, komisaris independen, *size*, dan profitabilitas.
- c. Memberikan masukan mengenai suatu kebijakan yang akan diambil oleh perusahaan untuk bahan pertimbangan dalam menentukan strategi perusahaan dimasa yang akan datang.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang terkait mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*.
- b. Sebagai wadah, pengetahuan, wawasan dan tingkat baca bagi peneliti dan pembaca yang lain.

1.5 Sistematika Penelitian

Pada penelitian ini terdapat tiga bab yang akan disajikan, pada ketiga bab ini akan sangat berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Dari ketiga bab tersebut terdiri atas:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab I ini biasanya membahas hal apa saja yang dapat mendorong peneliti mengenai garis besar latar belakang, masalah yang dirumuskan, tujuan dari penelitian, manfaat yang didapatkan oleh pembaca ataupun peneliti itu sendiri, dan sistematika yang digunakan dalam penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab II ini dilakukan dengan membuat analisis antara artikel-artikel jurnal dari karya para peneliti sebelumnya yang nantinya akan dikaitkan dengan permasalahan yang sedang diteliti, kerangka pemikiran dimana dijelaskan secara garis besar mengenai alur logika berjalannya sebuah penelitian serta hipotesis dari penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab III ini dapat dilakukan suatu rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, pengukuran variabel, populasi sampel dan teknik dalam pengambilan sampel serta mengolah data yang dilakukan dengan metode pengumpulan data serta teknik dalam menganalisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab IV ini menguraikan tentang Gambaran Subyek Penelitian dan Analisis Data yang terdiri dari analisis deskriptif, analisis linear berganda, uji hipotesis, dan pembahasan sehingga mengarah kepada pemecahan masalah penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab V ini membahas tentang kesimpulan dari penelitian, keterbatasan dan saran bagi pihak terkait dan penelitian selanjutnya.

