

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara teoritis Corporate Social Responsibility merupakan inti dari etika bisnis, dimana suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban- kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham (shareholders) tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan (stakeholders) yang tidak dapat lepas dari kenyataan bahwa suatu perusahaan tidak bisa hidup, beroperasi dan bertahan serta memperoleh keuntungan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Sehingga CSR lebih menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara lebih luas (stakeholders) daripada hanya sekedar kepentingan perusahaan itu sendiri. Banyaknya faktor yang mempengaruhi praktik pengungkapan CSR merupakan konsekuensi logis dari implementasi konsep good corporate governance (GCG), yang memiliki prinsip antara lain adalah bahwa perusahaan perlu memperhatikan kepentingan stakeholders sesuai dengan aturan yang ada dan menjalin kerjasama yang aktif dengan stakeholders demi kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan. Berbagai kegiatan CSR pada perusahaan umumnya berdampak pada pengeluaran, yang pada akhirnya akan mengurangi keuntungan perusahaan. Hal tersebut merupakan salah satu tujuan perusahaan, yaitu memaksimalkan kekayaan pemegang saham, yang dioperasionalkan dengan memaksimumkan keuntungan, sehingga kegiatan CSR sepertinya tidak konsisten dengan tujuan tersebut. Dengan demikian perusahaan tidak termotivasi untuk melaksanakan CSR.

Penelitian dengan topik ini sudah dilakukan sebelumnya oleh beberapa peneliti dengan variabel yang hampir sama satu sama lain, namun hasilnya berbeda-beda. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mencari konsistensi, karena penelitian ini tidak menggunakan checklist terhadap Laporan Tahunan perusahaan tetapi merekap dari indeks GRI yang terdapat pada Annual Report perusahaan dimana indeks tersebut sudah tersedia dan yang mengindeks merupakan pihak yang sudah ahli di bidang tersebut sehingga unsur subjektivitas

dapat diminimalkan.

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau dari pendapatan investasi. Dikatakan perusahaan profitabilitasnya baik apabila mampu memenuhi target laba yang telah ditetapkan dengan menggunakan aktiva atau modal yang dimilikinya (Kasmir, 2015:114).

Sembiring (2005) juga menyatakan bahwa profitabilitas yang tinggi memicu para stakeholder untuk meningkatkan kepentingan dan harapan bagi mereka akan transparansi yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas yang dihasilkan perusahaan maka pengungkapan CSR akan cenderung semakin besar.

Likuiditas merupakan suatu indikator mengenai kemampuan entitas untuk membayar semua liabilitas finansial jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aset lancar yang tersedia (Kamil dan Herusetya, 2012). Likuiditas merupakan salah satu kinerja yang sering dijadikan tolak ukur investor dalam menilai perusahaan. Oleh karena itu ketika likuiditas yang dihasilkan tinggi, perusahaan akan cenderung melakukan pengungkapan CSR menyatakan bahwa rasio likuiditas bertujuan menaksir kemampuan keuangan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan komitmen pembayaran keuangannya. Semakin tinggi angka rasio likuiditas, akan semakin baik bagi investor. Perusahaan yang diminati investor adalah perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas yang cukup tinggi untuk standar perusahaan sejenisnya (Fahmi 2012:53)

Penelitian Widianingsih (2011) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa likuiditas mempengaruhi signifikan pengungkapan (CSR). Sejalan dengan penelitian CSR menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap kelengkapan pengungkapan CSR. Bertolak belakang dengan Adhelia (2008), Prihastuti (2008), dan Badjuri (2011) menyatakan tidak berhasil menemukan pengaruh yang signifikan antara tingkat likuiditas dengan pengungkapan sosial (CSR). Begitu pula dengan rasio profitabilitas merupakan

rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau dari pendapatan investasi. Dikatakan perusahaan profitabilitasnya baik apabila mampu memenuhi target laba yang telah ditetapkan dengan menggunakan aktiva atau modal yang dimilikinya (Kasmir, 2015:114).

Leverage yaitu suatu kemampuan dari sebuah perusahaan dengan mengandalkan aset / dana. Aset / dana itu, mempunyai beban dalam merealisasikan tujuan perusahaan sehingga dapat membuat kekayaan dari pemilik perusahaan atau pemegang bertambah secara maksimal. Anggriani (2006) menyatakan perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi. Oleh karena perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas dari pada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. Brigham dan Houston (2006:201) menyatakan bahwa seberapa jauh perusahaan menggunakan utang (*financial leverage*) akan memiliki implikasi penting, salah satunya adalah dengan memperoleh dana melalui hutang, para pemegang saham, dapat mempertahankan kendali mereka atas perusahaan tersebut dengan sekaligus membatasi investasi yang mereka berikan.

1.2 Perumusan Masalah

Dari permasalahan dan uraian-uraian tersebut, dapat dirumuskan menjadi masalah :

1. Apakah Profitabilitas memberi pengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility
2. Apakah Likuiditas memberi pengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility
3. Apakah Leverage memberi pengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh variabel-variabel Profitabilitas, Likuiditas dan Leverage yang memberi pengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis manfaat penelitian ini adalah mengembangkan serta memperkaya ilmu pengetahuan khususnya tentang Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti dalam menerapkan pengetahuan terhadap masalah yang dihadapi secara nyata.

b) Bagi Mahasiswa

Sebagai pedoman untuk meningkatkan motivasi belajar.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan penelitian ini diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi Tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Berisi landasan teori sebagai kerangka acuan pemikiran dalam pembahasan masalah yang akan diteliti dan sebagai dasar analisis yang diambil dari berbagai literatur. Selain berisi landasan teori, bab ini juga berisi penelitian terdahulu yang terkait dengan kerangka berpikir teoritis dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis akan menjelaskan mengenai rancangan penelitian, batasan- batasan penelitian, identifikasi variabel, populasi (sampel) dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data serta teknik analisa data.

BAB VI : SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini penulis akan menjelaskan mengenai gambaran subyek penelitian, analisis data, dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini penulis akan menjelaskan mengenai kesimpulan penelitian, keterbatasan-keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

