

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

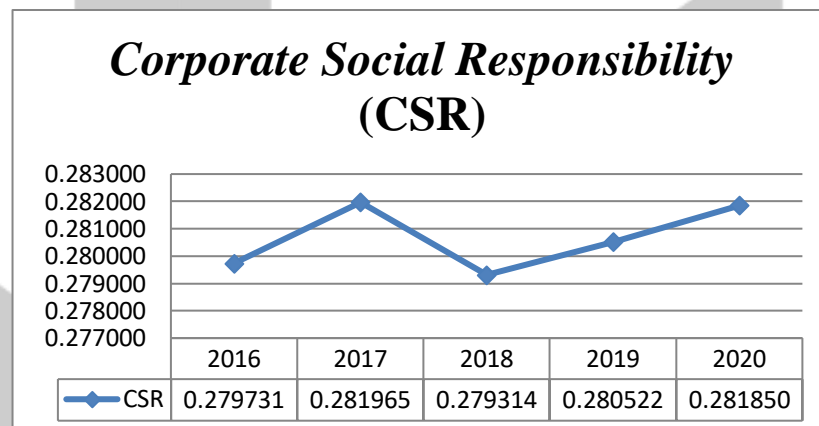
Banyak perusahaan di era *modern* seperti sekarang memiliki persaingan yang sangat ketat dalam mempertahankan sebuah bisnisnya. Semakin ketatnya perusahaan dalam dunia bisnis maka harus mempertimbangkan nilai positif bagi lingkungan sekitarnya. Nilai positif yang diberikan perusahaan yaitu dengan melakukan kegiatan tanggung jawab sosial *perusahaan* atau lebih dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Corporate Social Responsibility (CSR)* yaitu tindakan yang dilakukan perusahaan atas dampak dari kegiatan operasional sebagai bentuk pertanggungjawaban terhadap lingkungan, sosial, dan masyarakat yang berada disekitar perusahaan. Pengungkapan dan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)* di Indonesia terakomodasi dalam Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 Tahun 2013 tentang Penyajian Laporan Keuangan. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)* diatur dalam Undang-Undang (UU) Nomor 40 Tahun 2007 pasal 74 tentang Perseroan Terbatas, setiap perusahaan wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan untuk pembangunan ekonomi yang berkelanjutan serta pelaksanaan harus dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan.

Menurut Hadi (2011:48) *Corporate Social Responsibility (CSR)* yaitu suatu tindakan yang berkaitan dengan pertimbangan etis perusahaan untuk meningkatkan ekonomi, yang disertai dengan peningkatan kualitas hidup pihak

internal maupun pihak eksternal. Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan tidak hanya berfokus pada *single bottom line* (*economic*) yaitu kondisi perusahaan, tetapi harus berfokus pada *triple bottom lines* (*economic, social, dan environmental*), yaitu masalah sosial dan lingkungan sekitar. Oleh karena itu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya tidak hanya berfokus mendapatkan *profit* saja tetapi harus membangun sosial ekonomi yang berkelanjutan dan menyeluruh. Tingginya tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan bahwa reputasi perusahaan terlihat baik oleh masyarakat dan investor, sebaliknya jika tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) rendah menunjukkan reputasi perusahaan akan terlihat buruk.

Dari grafik 1.1. memperlihatkan tingkat *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam periode 5 tahun terakhir. CSR perusahaan dapat dilihat bahwa terjadi perubahan tingkat *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang tidak stabil. Tahun 2016 CSR mengalami kenaikan hingga sebesar 27,9% dan tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 28,1%. Penurunan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terjadi pada tahun 2018 sebesar 27,9%, tetapi di tahun 2019 dan 2020 mengalami kenaikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu tahun 2019 sebesar 28% dan 2020 sebesar 28,1%. Peningkatan atau penurunan dari aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) disebabkan banyak hal yang mempengaruhinya. Hal-hal tersebut terjadi apabila perusahaan tidak memperhatikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang sesuai dengan standar GRI (*Global*

Reporting Initiative) G4, seperti pembangunan masjid, beasiswa bagi masyarakat, dan sebagainya. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) setiap perusahaan mengalami perubahan di setiap periode, naik turunnya CSR tersebut seperti yang telah digambarkan dalam grafik dibawah ini :



Sumber : www.idx.co.id hasil analisis data statistik proforma perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi *Corporate Social Responsibility* 2016-2020.

GAMBAR 1.1
PERUBAHAN TINGKAT PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PERUSAHAAN MANUFAKTUR
SEKTOR BARANG KONSUMSI PERIODE 2016-2020

Teori yang digunakan untuk mendasari penelitian ini yaitu teori keagenan (*agency theory*). Menurut Supriyono (2018:63) teori keagenan (*agency theory*) yaitu teori yang menggambarkan hubungan kontraktual antara prinsipal dan agen. Menurut Jensen & Meckling (1976) hubungan antara pemegang saham dan manajemen berpotensi terjadinya konflik keagenan dan meningkatkan biaya keagenan apabila terdapat perbedaan kepentingan maupun perbedaan informasi diantaranya keduanya.

Berdasarkan penerapan teori keagenan untuk perusahaan yang mengalami biaya pengawasan dan biaya kontrak yang rendah cenderung akan melaporkan laba bersih rendah atau mengeluarkan biaya-biaya yang dapat meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat. Pertanggungjawaban agen sebagai manajer berupaya memenuhi keinginan prinsipal, salah satunya dengan melakukan program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Terdapat beberapa faktor perusahaan yang mempengaruhi terjadinya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Salah satunya adalah pertumbuhan perusahaan. Menurut Kasmir (2010:107) pertumbuhan perusahaan merupakan rasio pertumbuhan yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan reputasinya ditengah pertumbuhan ekonomi. Tingginya nilai pertumbuhan akan meningkatkan kepercayaan para investor, dikarenakan citra perusahaan yang semakin meningkat seiring pertumbuhan perusahaan. Menurut penelitian Yovana dan Kadir (2020) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR), sedangkan menurut Pradnyani *et al.*, (2017) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Ukuran perusahaan juga termasuk salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut Hery (2017:3) ukuran perusahaan yaitu skala yang digunakan untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset, total penjualan jumlah tenaga kerja, dan kapitalisasi pasar. Menurut penelitian sebelumnya yang

dilakukan oleh Ningsih dan Asyik (2020) tentang pengaruh ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kemudian berdasarkan penelitian dari Saleh *et al.*, (2020) ukuran perusahaan berpengaruh *corporate social responsibility* (CSR).

Faktor lain yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah struktur kepemilikan institusional, dan struktur kepemilikan manajerial. Struktur kepemilikan institusional menurut Sugiarto (2011:2) kepemilikan saham institusional perusahaan diukur dengan proporsi jumlah saham institusional yang dimiliki pada akhir tahun dan dinyatakan dalam persentase (%). Struktur kepemilikan institusional merupakan pemegang saham yang berpengaruh besar dalam pengambilan keputusan dan sarana untuk memonitor manajemen. Menurut Singal dan Putra (2019) struktur kepemilikan institusional menunjukkan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Akan tetapi hasil penelitian bertentangan dari Irhami dan Diana (2020) yang menjelaskan jika struktur kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Struktur kepemilikan manajerial menurut Sudana (2011:11) yaitu kondisi yang menunjukkan bahwa pihak manajemen berperan dalam pengambilan keputusan. Hal ini dapat dilihat bahwa tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan semakin produktif dan tanggungjawab yang besar terhadap perusahaan. Menurut hasil penelitian Ningsih dan Asyik (2020) struktur kepemilikan manajerial menunjukkan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR), akan tetapi menurut penelitian Singal dan Putra (2019)

menyatakan bahwa struktur kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Beberapa penelitian terdahulu, memiliki hasil yang kurang konsisten, yaitu terdapat perbedaan antara penelitian satu dengan yang lain. Berdasarkan penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya menunjukkan perbedaan dalam hal “berpengaruh” dan “tidak berpengaruh” pada variabel pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, struktur kepemilikan institusional, dan struktur kepemilikan manajerial terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Oleh karena itu penelitian ini termotivasi untuk melakukan analisis mengenai perbedaan dari setiap variabel penelitian tersebut. Penelitian ini juga termotivasi dengan fenomena yang terjadi di atas, yaitu dari data perubahan tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi periode 2016-2020 didapatkan hasil yang tidak stabil dan nilai pengungkapan indikator CSR tersebut masih kecil yaitu tahun 2016 CSR mengalami kenaikan hingga sebesar 27,9% dan tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 28,1%. Penurunan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terjadi pada tahun 2018 sebesar 27,9%, tetapi di tahun 2019 dan 2020 mengalami kenaikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu pada tahun 2019 sebesar 28% dan 2020 sebesar 28,1%. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penelitian ini akan membahas terkait **“Pengaruh Pertumbuhan, Ukuran, dan Struktur Kepemilikan Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi?
3. Apakah struktur kepemilikan institusional berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi?
4. Apakah struktur kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi.
2. Mengetahui pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi.
3. Mengetahui pengaruh struktur kepemilikan institusional *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi.

4. Mengetahui pengaruh struktur kepemilikan manajerial terhadap *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini, agar dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, seperti:

1. Bagi Badan Pembuat Standar Selaku Regulator (BAPEPAM)

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk membuat regulasi pengaruh pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, struktur kepemilikan institusional, dan struktur kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi perusahaan. Pembuatan regulasi tersebut akan dipatuhi perusahaan dengan mengetahui faktor-faktor pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan pada perusahaan untuk mengungkap informasi mengenai pengaruh pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, struktur kepemilikan institusional, dan struktur kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam pembuatan kebijakan perusahaan.

3. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan investor dalam mempertimbangkan aspek-aspek yaitu pengaruh

pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, struktur kepemilikan institusional, dan struktur kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan yang ada dalam *Corporate Social Responsibility*.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan proposal dalam metode penelitian ini secara garis besar dibagi kedalam beberapa bab, setiap bab dibagi menjadi sub-sub bab yang berisi uraian untuk mendukung isi dari setiap bab secara keseluruhan. Adapun sistematika penulisan metode penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab yang berisi tentang gambaran singkat mengenai isi dari penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab yang menjelaskan mengenai penelitian terdahulu dan faktor-faktor yang melandasi penelitian sehingga dapat digunakan untuk menganalisa permasalahan yang akan diteliti, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab yang menjelaskan tentang tata cara untuk mengetahui masalah-masalah dalam penelitian dengan menggunakan langkah-langkah yang sistematis. Bab ini terdiri dari rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan

pengukuran variabel, populasi, sampel dan pengambilan sampel, jenis dan sumber data serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menjelaskan mengenai garis besar tentang populasi dan aspek dari sampel yang diteliti, selanjutnya menjelaskan mengenai analisis dari data yang digunakan dan membahas hasil analisis tersebut.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan penelitian dari hasil analisis data yang diperoleh, keterbatasan penelitian, dan saran untuk peneliti selanjutnya.