

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi Covid-19 berdampak di hampir setiap bidang. Dalam hal ini,, diperlukan kepedulian dan solidaritas para pelaku usaha agar dapat membantu meringankan permasalahan-permasalahan sosial di masyarakat dan lingkungan, salah satunya lewat program tanggung jawab sosial atau *Corporate social responsibility* di berbagai perusahaan. *Corporate social responsibility* adalah komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap suatu masalah sosial atau lingkungan tertentu sehingga dapat terciptanya lingkungan yang lebih baik (Hery, 2015:139).

Perusahaan tidak hanya hadir untuk mencari profit dan imbal hasil untuk para pemegang saham. Perusahaan juga harus memiliki kebermanfaatannya kepada masyarakat hingga lingkungan (Hatta, 2021). *CSR* diatur dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (“UUPT”) serta Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas (“PP 47/2012”). *CSR* yang dilakukan oleh para perusahaan tidak hanya memberikan kebermanfaatannya sosial hingga lingkungan, tetapi juga akan memberikan dampak positif pada citra perusahaan. Di tengah semakin banyaknya konsumen-konsumen yang menilai *profile* perusahaan salah satunya yang tercermin dalam *CSR*.

CSR muncul akibat modernisasi masyarakat yang sudah memahami bahwa aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dapat membawa dampak negatif pada lingkungannya. Apalagi hal ini sangat dekat dengan aktivitas yang dilakukan oleh sektor *basic materials*. Dalam proses produksinya sektor *basic materials* mau tidak mau akan menghasilkan limbah produksi, sangat erat hubungannya dengan masalah pencemaran lingkungan. Oleh karena itu dengan masalah-masalah yang terjadi, sangat diharapkan agar setiap perusahaan lebih meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab sosialnya dengan cara memperhatikan dan mempertimbangkan akibat dari kegiatan operasional yang dilakukannya. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan *CSR*, yaitu: Profitabilitas, *size* atau ukuran perusahaan dan kepemilikan Institusional.

Faktor yang pertama adalah Profitabilitas. Menurut Hery (2016:192) Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui sumber daya yang dimiliki yaitu dari kegiatan penjualan, penggunaan aset dan penggunaan modal. Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel dalam mengungkapkan *CSR* kepada pemegang saham. Ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) harus aktif mengungkapkan *CSR*. Profitabilitas yang tinggi, akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program *CSR* sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder*. Hal ini sejalan dengan teori *stakeholder* dan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya

beroperasi untuk kepentingan sendiri namun juga harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (Yanti, Ni Luh Eka, Endiana, Pramesti & I Gusti Ayu, 2021). Pernyataan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Damayanti (2017) dan Wahyuningsih & Mahdar (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *CSR*. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan Rofiqkoh & Priyadi (2016) serta Indraswari & Mimba (2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*.

Faktor yang mempengaruhi selanjutnya adalah *Size* (ukuran perusahaan). Menurut Hery (2017 :11), *size* (ukuran perusahaan) merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis dapat dinilai oleh total aset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. Perusahaan- perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar memiliki dorongan yang kuat untuk menyajikan tingkat *CSR* yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang lebih kecil karena perusahaan yang lebih besar cenderung diteliti dan dipandang dengan lebih kritis oleh para *stakeholder*.

Menurut teori *stakeholder* semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin banyak pihak-pihak atau semakin luas manajerial suatu perusahaan yang menjadi bagian dari *stakeholder* perusahaan, sehingga semakin luas jangkauan pertanggungjawaban sosial perusahaan (Yanti et al., 2021).

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya terdapat hasil yang belum konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh R. Sari (2021) dan Kardiyanti & Dwirandra (2020) yang menunjukkan hasil bahwa *Size* atau ukuran perusahaan berpengaruh positif

signifikan terhadap pengungkapan *CSR* namun penelitian yang dilakukan Tio Sandi Boy Sihombing, Herlina Banjarnahor dan Winda Alfionita (2020) menunjukkan hasil bahwa *Size* atau ukuran Perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengungkapan *CSR*

Faktor terakhir yang mempengaruhi *CSR* adalah Kepemilikan Institusional. Menurut Andayani dan Yusra (2019) Kepemilikan Institusional adalah kepemilikan saham perusahaan oleh lembaga institusi seperti lembaga asuransi, lembaga reksadana, lembaga pensiun, yayasan dan kepemilikan institusi lain. Investor institusi umumnya merupakan pemegang saham yang cukup besar karena memiliki pendanaan yang besar sehingga pihak institusi memiliki pengawasan yang lebih kuat terhadap manajemen perusahaan dibandingkan pemegang saham lainnya. Menurut Damayanti (2017) perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar (lebih dari 5%) mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen. Tingkat Kepemilikan institusional perusahaan yang tinggi umumnya akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar sehingga dapat menghalangi perilaku oportunistik manajer dengan meningkatkan *CSR*.

Teori yang mendukung pernyataan ini adalah teori legitimasi yang menyatakan dalam pengambilan keputusan tidak jarang terjadinya perbedaan pendapat dan kepentingan antara manajemen dan pemegang saham (stakeholder). Sehingga bisa saja terjadi konflik kepentingan yang dikenal dengan istilah *agency problem*. Pada akhirnya dalam proses pengawasan dan penyelarasan kepentingan diantara manajemen dan pemegang kepentingan menimbulkan biaya keagenan

(agency cost). Salah satu cara mengurangi agency cost adalah dengan meningkatkan kepemilikan institusional (D. I. R. Sari, 2020).

Pernyataan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yani & Suputra (2020) dan Puspitasari, Sudiyanto, Suharmanto dan Setyawati (2019) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *CSR*. Namun hasil yang berbeda ditemukan oleh Hamzah & Rodiyah (2019) dan Tio Sandi Boy Sihombing, Herlina Banjarnahor, dan Winda Alfionita (2020) yang menyimpulkan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*.

Dalam penelitian saat ini, menggunakan sampel perusahaan sektor *basic materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020..

Berdasarkan latar belakang diatas menunjukkan bahwa masing-masing variabel yang telah diteliti pada penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang belum konsisten. Untuk itu, penulis tertarik untuk meneliti kembali dengan topik “Pengaruh Profitabilitas, *Size* dan kepemilikan Institusional terhadap pengungkapan *CSR* pada perusahaan *basic materials* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020”.

1.2 Perumusan Masalah

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

1. Apakah Profitabilitas, *Size*, dan Kepemilikan Institusional secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* ?

2. Apakah Profitabilitas, berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* ?
3. Apakah Ukuran Perusahaan (*Size*) berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* ?
4. Apakah Kepemilikan Institusional berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* ?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Mengetahui signifikansi pengaruh dari Profitabilitas, *Size*, dan Kepemilikan Institusional secara simultan terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*
2. Mengetahui signifikansi pengaruh positif dari profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*
3. Mengetahui signifikansi pengaruh positif dari *Size* terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* .
4. Mengetahui signifikansi pengaruh positif dari kepemilikan institusional terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility*

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan dari penelitian ini akan memberikan berbagai manfaat, diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

- a) Penelitian ini merupakan sarana belajar untuk menerapkan ilmu yang diperoleh selama berada di jenjang perkuliahan, sekaligus sebagai bahan untuk memperoleh ilmu, wawasan serta dapat membandingkan teori dan praktik sehingga lebih meningkatkan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate social responsibility* pada perusahaan.
- b) Memperkaya dan memperluas pengetahuan khususnya di bidang manajemen keuangan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai gambaran dan bahan pertimbangan dalam menetapkan *Corporate social responsibility* untuk keberlangsungan perusahaan jangka panjang.

3. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan sebagai bahan pertimbangan dalam membuat keputusan investasi dengan memperhatikan dampak pengungkapan yang dilakukan perusahaan.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai bahan referensi dan bahan bacaan yang bermanfaat bagi peneliti-peneliti lain khususnya di bidang manajemen keuangan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi *Corporate social responsibility*

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan akan diuraikan dalam 3 bab, yang mana saling berkaitan satu sama lain, diantaranya:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang pembahasan latar belakang yang berisi dari pemikiran penelitian, merumuskan masalah yang akan diteliti, tujuan dari penelitian, manfaat yang ingin dicapai dan sistematika yang akan digunakan penelitian.

BAB II : TINJUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan mengenai penelitian terdahulu secara teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti, kerangka pemikiran serta hipotesis dari penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini mencakup rancangan penelitian, 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 VI : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS

DATA

Bab ini menjelaskan mengenai subyek penelitian, analisis dan pengolahan data berdasarkan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan penguji hipotesis serta pembahasan dari hasil yang sudah dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini meliputi kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan.