

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan sebagai pelaku bisnis atau korporasi merupakan suatu badan yang mempunyai kegiatan tertentu untuk mencapai tujuan. Biasanya disamping mencari laba, tujuan perusahaan mencakup pertumbuhan yang terus-menerus (*growth*), kelangsungan hidup (*survival*), dan kesan positif dimata publik (*image*). *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD, 2004) menyatakan bahwa CSR merupakan komitmen dari suatu bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja sama dengan masyarakat lokal dan komunitas umum untuk memperbaiki kualitas kehidupan (Andreass Lako, 2015).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat dan lingkungan tempat beroperasi. Secara teori, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para stakeholder terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya. Sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang CSR adalah mengedepankan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik, tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya (Febrina dan Suaryana, 2011).

Pertanggungjawaban sosial Perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) didefinisikan sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004, dalam Zaenuri). Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan

dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi khususnya perusahaan, diluar peran tradisional untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibandingkan dengan hanya mencari laba untuk pemegang saham(Gray et al., 1987 ; Sembiring, 2005).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan melalui praktik bisnis dan sumber daya perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitar (Kotler dan Lee, 2005:3). Penerapan CSR semakin populer digunakan di Indonesia, pemerintah telah mengeluarkan Undang-Undang tentang peraturan mengenai pengungkapan CSR ini dalam (UU No. 40/2007 tentang perseroan terbatas),ayat (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Ayat (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan (www.legalitas.org).

Fenomena perkembangan isu CSR ini sangat populer Di Indonesia, praktek tanggung jawab sosial perusahaan belum mencapai keseragaman yang sesuai dengan kondisi di Indonesia bahkan kegiatan yang telah dilaksanakan selama ini belum diketahui secara luas oleh masyarakat Indonesia. Salah satu lambatnya pelaksanaan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Beberapa permasalahan dan kasus terkait CSR yang melibatkan perusahaan manufaktur di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur memiliki kontribusi yang cukup besar dalam permasalahan lingkungan dan sosial yang terjadi.

Salah satu perusahaan yang melaksanakan program CSR adalah PT. Djarum. PT Djarum melaksanakan seluruh program CSR nya melalui lembaga yang dimiliki yaitu Djarum Foundation. Djarum Foundation sudah berdiri sejak 30 April 1986

dan sudah melakukan berbagai kegiatan hingga saat ini. Djarum Foundation memiliki lima bidang kegiatan, yaitu: Bakti Pendidikan, Bakti Sosial, Bakti Lingkungan, Bakti Budaya, dan Bakti Olahraga. Salah satu kegiatan yang dilakukan oleh Djarum Foundation adalah pada bidang lingkungan. Djarum Foundation memang mempunyai kepedulian yang sangat tinggi terkait dengan kondisi lingkungan yang ada di Kudus. Dalam hal ini, salah satu program CSR Djarum Foundation dalam bidang lingkungan adalah melakukan Konservasi Lereng Muria (KLM). Kegiatan tersebut dilakukan karena Djarum Foundation merasa prihatin dengan kondisi gunung muria yang semakin hari semakin rusak karena adanya eksploitasi yang dilakukan oleh masyarakat yang ada di sana. Hal itu dibuktikan dengan selalu bertambahnya lahan kritis yang ada di sekitar lereng gunung muria setiap tahunnya. Oleh karena itu Djarum Foundation membuat program KLM untuk memberikan solusi dari masalah yang terjadi di kawasan lereng muria dengan memberikan bantuan bibit tanaman kepada masyarakat dan melakukan penanaman di lahan yang masuk dalam kategori kritis.

Dari kasus tersebut dapat dilihat perusahaan seharusnya tidak hanya mementingkan untuk mencari keuntungan tanpa memperhatikan kepentingan *stakeholder*. Tindakan yang kurang terpuji yang dilakukan oleh perusahaan akan berhambas pada perusahaan itu sendiri, citra perusahaan akan menjadi buruk bahkan kegiatan perusahaan akan diberhentikan. Aktivitas CSR harus memperhatikan juga hubungan antara perusahaan yang baik dengan para *stakeholder*.

Profitabilitas merupakan kemampuan atau prestasi kerja perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan seperti aset, modal, dan penjualan perusahaan (Sudana, 2019; 25). Menurut teori *stakeholder* untuk memperoleh profit dan peningkatan kinerja, suatu entitas bisnis harus memenuhi tanggung jawabnya kepada pihak-pihak yang akan memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan, misalnya para pemegang saham, masyarakat, tenaga kerja, pemasok, pemerintah, dan lain-lain. Perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi akan terus

berupaya untuk melakukan pengungkapan CSR dengan baik dalam laporan tahunan, karena perusahaan menganggap bahwa dengan melakukan pengungkapan CSR yang baik dapat memperkuat kepercayaan dari stakeholder perusahaan. Namun pada era sekarang ini, para pelaku bisnis hanya terpaku untuk mencapai profit yang maksimal sehingga mereka bertindak eksploitatif terhadap sumber daya dan merusak lingkungan.

Ukuran perusahaan merupakan klasifikasi besar kecilnya perusahaan yang dikendalikan oleh banyaknya sumber daya yang dimiliki dan diharapkan mampu memberikan manfaat ekonomi pada perusahaan dimasa depan (Kieso, et al, 2011;192). Ukuran perusahaan berkaitan dengan seluruh aktivitas yang ada di perusahaan dapat diukur melalui komposisi dan jumlah asset bersih yang dimiliki ataupun tingkat penjualan yang terjadi di perusahaan. Dikaitkan dengan teori agensi, perusahaan yang mempunyai ukuran besar cenderung melakukan pengungkapan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan. Sedangkan apabila dikaitkan dengan teori *stakeholder* bahwa perusahaan besar mempunyai jumlah stakeholder yang banyak sehingga akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mendapatkan dukungan dari para *stakeholder* (Widyatmoko, 2011).

Upaya untuk mengurangi asimetri informasi diwujudkan dengan melakukan pengungkapan CSR secara lebih luas. Suatu perusahaan dapat dikatakan kecil, sedang, ataupun besar dapat dilihat dari total aset yang dimiliki, berapa banyak karyawan, dan juga dari total penjualan maupun modal perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin baik perusahaan dalam melakukan tanggung jawab sosialnya terhadap seluruh pemangku kepentingan, perusahaan besar akan lebih banyak memperhatikan kesejahteraan para karyawan, lebih peduli terhadap lingkungan dan masyarakat akibat dari dampak aktivitas operasi, maupun kesejahteraan dari para pemegang saham, dan konsumen (Haji, 2020).

Perusahaan yang memiliki ruang lingkup yang luas sampai ke luar negeri cenderung memiliki informasi lingkungan perusahaan yang lebih luas dan

berkualitas karena untuk mengakomodasi keinginan pemegang saham yang berada di luar negeri untuk memperoleh informasi lingkungan berkualitas yang menunjukkan bahwa perusahaan melaksanakan tanggung jawab lingkungannya dan sosialnya dengan baik juga untuk mengurangi ketidakpastian informasi (Bawono, 2015).

Sertifikasi lingkungan merupakan penghargaan yang akan diperoleh oleh perusahaan terkait pengelolaan lingkungan. Sertifikasi lingkungan berkaitan langsung dengan CSR, perusahaan yang berkontribusi dengan baik terhadap pengelolaan lingkungan hidup serta melakukan dengan baik dan jelas pengungkapannya dalam laporan tahunan, baik dari pihak eksternal maupun independen. Dikaitkan dengan teori legitimasi suatu perusahaan yang memperoleh sertifikasi lingkungan artinya telah dinyatakan baik dalam melakukan pengelolaan lingkungan. Semakin banyak sertifikasi lingkungan yang diperoleh maka secara langsung tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan juga semakin baik, sertifikasi lingkungan merupakan bukti bahwa perusahaan telah melakukan pengelolaan lingkungan dengan baik serta dengan perolehan sertifikasi lingkungan ini perusahaan mempunyai tanggung jawab untuk terus berupaya melakukan pengelolaan lingkungan serta mematuhi aturan-aturan mengenai lingkungan (Haji, 2020).

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian (Haji, 2020) Yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Sertifikasi Lingkungan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Dalam penelitian ini terdapat perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu:

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian Haji (2020) menggunakan perusahaan sektor pertanian, pertambangan, dan industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI. Dalam penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
2. Periode penelitian yang dilakukan Haji (2020), yaitu dilakukan selama 2 tahun. Dalam penelitian ini dilakukan selama 3 tahun, yaitu tahun 2017-2019.

3. Selain itu peneliti menambah variabel yang diduga mempengaruhi pengungkapan CSR perusahaan dan variabel yang masih jarang diteliti adalah cakupan operasional perusahaan.

Alasan menambah variabel cakupan operasional adalah perusahaan yang mencapai cakupannya luas sampai keluar negeri cenderung perusahaan tersebut akan lebih luas perkembangan penerapan tanggung jawab sosial perusahaannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR menggunakan data annual report dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode tahun 2017-2019. Faktor-faktor tersebut adalah profitabilitas, ukuran perusahaan, cakupan operasional perusahaan, dan Sertifikasi lingkungan. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari Situs Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Cakupan Operasional Dan Sertifikasi Lingkungan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019”**

1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian dilakukan agar peneliti dan pembahasnya lebih terarah, sehingga hasilnya tidak bias dan sesuai dengan harapan peneliti. Adapun ruang lingkup penelitian adalah untuk menguji Pengaruh pada Tanggung Jawab Sosial Perusahaan diantaranya profitabilitas, ukuran perusahaan, sertifikasi lingkungan dan menambah variabel cakupan operasional terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari fenomena dan masalah yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
3. Apakah cakupan operasional berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
4. Apakah sertifikasi lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh cakupan operasional terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
4. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh sertifikasi lingkungan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
 - a. Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis IIB Darmajaya.
 - b. Untuk menganalisis ada tidaknya pengaruh antara profitabilitas, ukuran perusahaan, cakupan operasional dan sertifikasi lingkungan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Peneliti

Meningkatkan wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, cakupan operasional dan sertifikasi lingkungan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Selain itu, peneliti juga dapat berlatih untuk berfikir kritis dalam menyelesaikan masalah terkait kasus tersebut sehingga bermanfaat untuk masa depan.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam menyikapi kasus-kasus penerapan Akuntansi yang terjadi khususnya di bidang perusahaan serta sebagai sarana menambah pengetahuan Akuntansi.

c. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi serta bahan perbandingan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, cakupan operasional dan sertifikasi lingkungan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Pembahasan dalam skripsi ini akan disajikan dalam lima bab yang berurutan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi uraian tentang teori-teori yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, profitabilitas, ukuran perusahaan, cakupan operasional, sertifikasi lingkungan, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan bangunan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, metode analisis data, dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang analisis menyeluruh atas penelitian yang dilakukan. Hasil statistic di interpretasikan dan pembahasan dikaji secara mendalam sehingga tercapai hasil analisis dari penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini peneliti membahas secara singkat mengenai kesimpulan berdasarkan hasil analisis data, saran dan keterbatasan dari hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN