

# BAB I

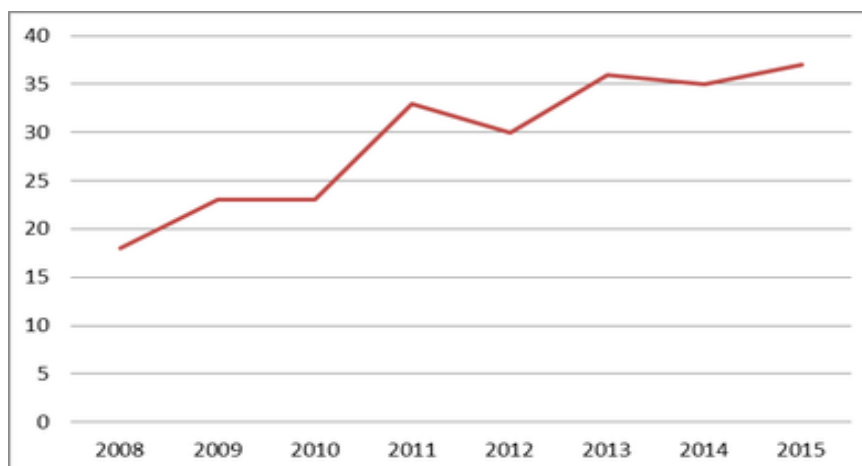
## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

*Corporate Social Responsibility* merupakan basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat dan lingkungan tempat beroperasi. Secara teoritik, *Corporate Social Responsibility* dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap *stakeholder*, terutama komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja dan operasinya. Sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang *Corporate Social Responsibility* adalah mengedepankan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik, tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya. Bentuk dari tanggung jawab sosial perusahaan itu bermacam-macam, contohnya seperti kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat. Dimana kegiatan tersebut dianggap memberikan manfaat kepada masyarakat dan lingkungan disekitar perusahaan itu berdiri (Suaryana, 2012) dalam Wahyuutama (2015).

**Gambar 1.1**

**Grafik Peningkatan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***



Sumber : GRI oleh farizhabib (2016)

Dewasa ini penerapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia diakui banyak pihak semakin meningkat, baik dalam kuantitas maupun kualitas. Penerapan *Corporate Social Responsibility* telah dilakukan oleh berbagai perusahaan terlebih perusahaan non keuangan yang ada di Indonesia seperti PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) mendukung peningkatan kualitas pariwisata di Labuan Bajo dengan membangun sarana mandi cuci dan kakus (MCK) dan penyediaan air bersih di 10 area wisata Labuan Bajo, Nusa Tenggara Timur. Program *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan Telkom juga merupakan wujud BUMN Hadir Untuk Negeri yang dicanangkan Kementerian BUMN. Tujuan diadakannya program *Corporate Social Responsibility* tersebut yaitu untuk mendukung kualitas sanitasi area wisata di Labuan Bajo, maka PT. Telkom membangun unit-unit MCK dan sarana air bersih senilai Rp1 miliar di 10 area wisata, yaitu Taman Nasional Batu Cermin, Koramil/Dermaga Penyeberangan, Melo, Pantai Brenang, Pantai Watu Wuri – Desa Repi, Kampung Komodo di Pulau Komodo, Pemukiman/Desa di Pulau Komodo, Kampung Rinca di Pulau Rinca, Area wisata Pulau Rinca, serta di Pulau Mesa. Pembangunan MCK tersebut diharapkan untuk meningkatkan kenyamanan turis lokal maupun mancanegara ketika berkunjung di alam Labuhan Bajo. Kegiatan tersebut merupakan sebagai wujud penerapan *Corporate Social Responsibility* yang baik, untuk peduli terhadap lingkungan (Telkom Indonesia, 23 Oktober 2016).

Di bidang pendidikan, *Jakarta International Container Terminal* (JICT) bersama MNC group dan *Oxford University Press* melakukan kerjasama terkait program kepedulian sosial perusahaan dengan membangun rumah belajar bagi anak-anak kurang mampu untuk diberikan pelatihan pemanfaatan teknologi digital dan media literacy serta kerajinan tangan sehingga ada peningkatan *skill* dan *knowledge* untuk bekal masa depan mereka. Kegiatan ini memberikan teorbosan kepada remaja putus sekolah dan kurang mampu di daerah Cilincing sehingga dapat berkarya dan bersaing dalam masyarakat. Dalam kegiatan *Corporate Social*

*Responsibility* tersebut, Oxford memberikan 300 buku untuk perpustakaan Rumah Belajar JICT dan ikut membantu pelatihan media *literacy* sehingga remaja menjadi cerdas dan terampil berbahasa Inggris. (Sindo,20 Juli 2016).

PT Pertamina yang bekerjasama dengan Rumah Sakit Jemursari Surabaya mengadakan bakti sosial berupa operasi Meningocele di Surabaya, Kegiatan ini ditujukan bagi masyarakat kurang mampu yang mengidap penyakit saraf meningocele untuk mendapatkan pengobatan yang dimulai dari oprasi sampai sembuh secara gratis kepada masyarakat yang megidap penyakit saraf meningocole. Kegiatan ini dilakukan selama dua tahun berturut-turut sejak tahun 2015 hingga tahun 2016. Kegiatan yang dilakukan oleh PT.Pertamina ini merupakan kegiatan social sebagai wujud bahwa PT. Pertamina telah melaksanakan penerapan *Corporate Sosial Responsibility* dengan baik (Sindo ,29 November 2016).

Dari beberapa kasus yang dapat disimpulkan bahwa perusahaan Non Keuangan telah banyak melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* setiap tahunnya. Namun disisi lain walaupun sudah meningkat,ada pun perusahaan Non Keuangan yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* belum maksimal. Menurut Suryana (2012) hal ini disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya yaitu perusahaan memiliki profit yang rendah cenderung hanya sedikit mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*, karena perusahaan akan sangat mempertimbangkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sehingga khawatir akan mengganggu oprasional perusahaan.

Melihat berbagai macam tujuan dan manfaat yang diberikan dengan penerapan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, serta begitu banyak pihak-pihak yang berkepentingan dengan *Corporate Social Responsibility* membuktikan seberapa pentingnya CSR ini untuk dilaksanakan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dijalankan dengan baik dan teratur akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Perusahaan akan mampu menjaga keberlangsungan

hidupnya dalam jangka panjang serta meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham. Untuk itu perusahaan harus berusaha untuk mampu menjalankan *Corporate Social Responsibility* dengan baik dengan cara menyisihkan anggaran khusus *Corporate Social Responsibility*, menjalankan kegiatan CSR sesuai dengan anggaran yang telah disetujui para *stakeholder*, kemudian mencantumkan jumlah anggaran dan kegiatan yang telah dilakukan selama satu tahun dalam laporan tahunan perusahaan. Amelia (2016).

Dalam pelaksanaannya, *Corporate Social Responsibility* dipengaruhi oleh beberapa faktor. Beberapa penelitian terdahulu menggunakan faktor yang berbeda-beda dalam setiap penelitiannya. Anggraini (2006) menggunakan faktor Kepemilikan Manajemen, *Financial Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Tipe Industri, serta Profitabilitas sebagai variabel independen dalam penelitiannya. Purwanto (2011) hanya menggunakan faktor Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas dalam penelitiannya. Berbeda dengan Rachmawati (2011) yang menggunakan faktor Kepemilikan Asing, Kepemilikan Institusional, Tipe industri, Ukuran Perusahaan, dan Status Perusahaan (perusahaan BUMN dan Non BUMN) dalam penelitiannya. Sementara Farizqi (2010) menggunakan faktor Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Dewan Komisaris dalam penelitiannya.

Ukuran perusahaan merupakan karakteristik suatu perusahaan dalam hubungannya dengan struktur perusahaan. Ukuran perusahaan juga dapat diprediksi mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh perusahaan. Perusahaan besar pada umumnya memiliki jumlah aset yang besar, penjualan yang besar, *skill* karyawan yang baik, sistem informasi yang canggih, jenis produk yang banyak, sehingga memungkinkan tingkat pengungkapan yang lebih luas, sedangkan perusahaan berskala kecil lebih berkonsentrasi kepada peningkatan hasil penjualan perusahaannya dibandingkan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Menurut Munif (2010) bahwa Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan

*Corporate Social Responsibility* sedangkan menurut Antonius (2012) ukuran perusahaan berpengaruh signifikan.

Profitabilitas merupakan kemampuan entitas untuk menghasilkan laba demi meningkatkan nilai pemegang saham. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka perusahaan cenderung melaksanakan dan mengungkapkan program tanggung jawab sosialnya. Hal yang mendasari adalah karena pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan sebuah kegiatan yang memerlukan pembiayaan sehingga jika suatu perusahaan lebih *profitable*, dimungkinkan perusahaan tersebut akan melaksanakan Hasil tersebut sesuai dengan penelitian Sari (2012) yang menyatakan hasil penelitiannya menunjukkan variabel Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2012) menjelaskan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini didukung argumen bahwa perusahaan hanya berorientasi pada laba, sehingga tidak akan melakukan hal-hal selain yang berkaitan dengan suksesnya keuangan perusahaan sehingga program CSR yang lebih besar.

*Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. *Leverage* mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan. Semakin tinggi *Leverage*, maka keputusan untuk mengungkapkan CSR menjadi semakin berkurang. Hal ini dikarenakan keputusan untuk mengungkapkan CSR dapat membuat suatu pengeluaran yang akan menurunkan pendapatan. Menurut penelitian Wijaya (2012) *Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR sedangkan menurut Purnasiwi *Leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Dewan Komisaris merupakan organ Perseroan yang secara kolektif bertugas melakukan pengawasan secara umum atau khusus sesuai dengan Anggaran Dasar serta memberikan nasihat kepada Direksi. Dewan Komisaris tidak turut

sertadalam mengambil keputusan operasional Aristyawati (2013). Menurut Sitepu dan Siregar (2008) dalam Mukti (2015) penelitiannya menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan informasi sosial perusahaan. Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif.

Penelitian ini mereplikasi penelitian yang dilakukan oleh Fahrizqi (2010) tentang “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam Laporan Keuangan Tahunan (Study Empiris Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia) dengan variabel yang digunakan adalah Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Dewan Komisaris. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan dengan mengadakan penelitian yang sama dengan penambahan variabel Kepemilikan Saham Manajerial sebagai variabel independent. Penambahan variabel tersebut berdasarkan penelitian Anggraini (2006). Karena jika suatu perusahaan memiliki kepemilikan manajerial tinggi, maka akan berkurangnya tindakan oportunistik manajer untuk memaksimalkan kepentingan pribadi. Manajer akan mengambil keputusan sesuai dengan kepentingan perusahaan yaitu dengan cara mengungkapkan informasi sosial seluas-luasnya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian sebelumnya peneliti melakukan penelitian pada perusahaan manufaktur yang ada di BEI sedangkan penelitian ini melakukan penelitian di perusahaan Non Keuangan yang terdaftar di BEI selama tahun 2013-2015. Oleh karena banyaknya penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka penulis juga bermaksud ingin menyusun penelitian yang berjudul “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam Laporan Keuangan Tahunan (Study Empiris Perusahaan Non Keuangan yang di Bursa Efek Indonesia )**”.

## **1.2 Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini adalah Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam Laporan Keuangan Tahunan (Study Empiris Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2015).

## **1.3 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang permasalahan, dapat dirumuskan masalah yakni:

1. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
2. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
3. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
4. Apakah Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
5. Apakah Kepemilikan Saham Manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan keuangan perusahaan non keuangan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan keuangan perusahaan non keuangan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan keuangan perusahaan non keuangan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.

4. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan keuangan perusahaan non keuangan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.
5. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh Kepemilikan Saham Manajerial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan keuangan perusahaan non keuangan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Bagi Pihak Perusahaan

Untuk memberikan masukan bagi pengembangan penerapan *Corporate Social Responsibility* dan meningkatkan kesadaran perusahaan akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab social perusahaan.

#### 2. Bagi Investor

Untuk membantu investor menilai entitas yang lebih transparan dan *akuntable* melalui *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan, serta memberi informasi yang bermanfaat untuk pengambilan keputusan investasi.

#### 3. Bagi Pemerintah

Untuk mengetahui sampai sejauh mana pengungkapan pertanggung jawaban sosial yang telah dilakukan perusahaan sehingga pemerintah dapat mempertimbangkan suatu standar pelaporan *Corporate Social Responsibility* yang sesuai dengan kondisi Indonesia.

## **1.6 SISTEMATIKA PENULISAN**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini penulis menguraikan latar belakang secara umum, ruang lingkup/batasan penelitian yang membatasi permasalahan, tujuan dan manfaat dan sistematika penulisan yang merupakan gambaran dari keseluruhan bab.



## **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini memuat tentang teori-teori yang mendukung penelitian yang akan dilakukan oleh penulis.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi metode-metode pendekatan penyelesaian permasalahan yang dinyatakan dalam perumusan masalah.

## **BAB IV : HASILDAN PEMBAHASAN**

Bagian ini memuat uraian hasil analisis yang diperoleh berkaitan dengan landasan teori yang *relevan* dan pembahasan hasil analisis factor – faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan keuangan tahunan pada perusahaan non keuangan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.

## **BAB V : PENUTUP**

Dalam bab ini penulis berusaha untuk menarik beberapa kesimpulan penting dari semua uraian dalam bab-bab sebelumnya dan memberikan saran-saran yang dianggap perlu untuk pihak yang terkait.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**