

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian dan persaingan bisnis di Indonesia semakin meluas dan berkembang. Persaingan bisnis memicu perusahaan meningkatkan nilai perusahaan. Tujuan utama dari perusahaan adalah mewujudkan kesejahteraan dan keuntungan untuk *shareholding* (Brigham and Houston, 2006). Tujuan utama tersebut membuat perusahaan mengesampingkan kewajiban sosial dan lingkungan. Pada kenyataannya keberlangsungan perusahaan erat kaitannya dengan masyarakat sekitar dan lingkungan, seperti halnya sumber daya manusia, sumber daya alam, permasalahan limbah, dan polusi yang dihasilkan. Oleh sebab itu, suatu perusahaan seharusnya tidak hanya memiliki tujuan untuk menyejahterakan pemegang saham ataupun *stakeholder*, namun perlu juga mensejahterakan masyarakat dan menjaga keseimbangan lingkungan disekitar perusahaan sebagai tanggung jawab sosial. Pernyataan tersebut didukung oleh Holmes (1976) dalam Moir (2001) yaitu, menyatakan selain menghasilkan keuntungan, perusahaan harus membantu memecahkan masalah-masalah sosial terkait atau tidak perusahaan ikut menciptakan masalah tersebut bahkan jika disana tidak mungkin ada potensi keuntungan jangka pendek atau jangka panjang. Kontribusi dan harmonisasi keduanya akan menentukan keberhasilan pembangunan bangsa. Dua aspek penting harus diperhatikan agar tercipta kondisi sinergis antara keduanya

sehingga keberadaan perusahaan membawa perubahan ke arah perbaikan dan peningkatan taraf hidup masyarakat (Fahrizqi, 2010).

Hubungan erat antar kontribusi dan keharmonisan perusahaan dengan lingkungan memicu suatu gagasan atau konsep tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut Muskibah (2009) dalam Budiman (2015) tanggung jawab sosial perusahaan adalah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis dan interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan yang berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Menurut Moir (2001) CSR adalah komitmen berkelanjutan dari bisnis untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi sekaligus meningkatkan kualitas hidup angkatan kerja, keluarga, serta masyarakat setempat. Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social responsibility* dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non keuangan yang berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Guthrie dan Mathews, 1985).

Alasan utama perusahaan melakukan pengungkapan Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social responsibility* salah satunya menaati Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat 1 Undang-undang tersebut menyebutkan bahwa ”Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Dalam Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, pasal 15 (b) menyatakan

bahwa ”setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”. selain itu pengungkapan Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social responsibility* juga digunakan perusahaan untuk memperoleh keunggulan persaingan, memenuhi anggapan masyarakat, untuk meligitimasi tindakan perusahaan untuk menarik pihak investor.

Konsep tanggung jawab sosial atau CSR telah diterapkan di perusahaan Indonesia, tak terkecuali pada perusahaan manufaktur. Perusahaan manufaktur berkembang pesat di Indonesia mengikuti pertumbuhan penduduk dan kebutuhan masyarakat yang terus meningkat. Perusahaan Manufaktur sendiri adalah perusahaan yang bergerak dalam pengolahan yang mengelola barang baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Perusahaan manufaktur identik dengan pabrik yang mengaplikasikan peralatan, mesin, dengan teknologi tinggi dan tenaga kerja. Hal tersebut melibatkan semua proses antara yang dibutuhkan untuk produksi dan integritas komponen-komponen suatu produk. Kegiatan ini sering disebut proses produksi. Operasi perusahaan manufaktur tidak sesederhana perusahaan dagang, karena perusahaan manufaktur membuat sendiri barang yang akan dijualnya (Novia, 2012).

Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sampai dengan tahun 2016 berjumlah 146. industri manufaktur meliputi tiga sektor industri, yaitu 66 industri dasar dan kimia, 41 Aneka Industri, dan 38 Industri barang Konsumsi. Industri barang konsumsi sendiri terdiri dari 5 sub sektor, yaitu Sub Sektor Makanan dan Minuman, Sub Sektor Rokok, Sub Sektor Farmasi, Sub Sektor Kosmetik dan Barang Rumah tangga, dan Sub Sektor

Peralatan Rumah Tangga. Industri barang konsumsi masih menjadi pilihan utama bagi para investor dalam menginvestasikan dana mereka. Hal itu dikarenakan saham dari perusahaan memiliki potensi untuk mengalami peningkatan dalam setiap tahunnya. Industri barang konsumsi merupakan produsen dari produk-produk yang menjadi kebutuhan mendasar bagi masyarakat seperti hanya makanan, minuman, obat, daging dan obat-obatan. Barang-barang tersebut merupakan barang yang bersifat konsumtif sehingga industri barang konsumsi memiliki tingkat penjualan yang tinggi yang akan berdampak pada meningkatnya pertumbuhan di sektor industri ini. Dalam tunas bangsa (2017), Airlangga menyatakan, kementerian Perindustrian tengah mendorong industri *Consumer Good* menjadi salah satu sektor prioritas yang berperan besar sebagai penggerak utama perekonomian nasional di masa mendatang. Dengan demikian persaingan industri barang konsumsi akan bersaing dengan kompetitif dan akan meningkatkan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan kerja, lingkungan dan sosial.

Kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur khususnya industri barang konsumsi memiliki dampak terhadap lingkungan yang besar dibandingkan dengan perusahaan jasa atau dagang dan merupakan jumlah perusahaan dalam satu populasi yang cukup besar, sehingga perusahaan manufaktur industri barang konsumsi sangat perlu menerapkan konsep tanggung jawab sosial atau *Corporate Social responsibility*. Hal itu menjadi alasan penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian.

Penelitian pengungkapan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* telah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu yang menunjukkan hasil yang beragam. Hubungan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR menurut Bowman dan Haire (1976) dalam Heckston dan Milne (1996) bahwa kepekaan sosial membutuhkan gaya managerial yang sama sebagaimana yang diperlukan untuk dapat membuat perusahaan menguntungkan (*profitable*). Peneliti terdahulu menunjukkan terdapat perbedaan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR. Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung hubungan antara profitabilitas dengan luas pengungkapan CSR perusahaan. Hasil penelitian Gray et al (2001), menunjukkan hasil variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan, Sembiring (2003) menyatakan dalam penelitiannya bahwa variabel profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Leverage memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Scott (2000) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi cenderung akan lebih sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi. Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung hubungan antara *leverage* dengan luas pengungkapan CSR perusahaan. Hasil penelitian Sembiring (2003) menunjukkan

hasil bahwa variabel *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan, Fahrizqi (2010) menunjukkan hasil yang berbeda yaitu variabel *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar, oleh karena itu perusahaan besar cenderung akan lebih banyak mengungkapkan informasi tanggung jawab sosialnya daripada perusahaan kecil. Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung hubungan antara ukuran perusahaan dengan luas pengungkapan CSR perusahaan. Hasil penelitian Hasibuan (2001) menunjukkan hasil yang berbeda yaitu variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan, Robert (1992) dan Davey (1982) menunjukkan hasil yang berbeda yaitu variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Dewan komisaris memiliki wewenang yang kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan kegiatan CSR. Perusahaan yang memiliki jumlah dewan komisaris yang besar cenderung akan lebih banyak mengungkapkan kegiatan CSR. Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung hubungan antara dewan komisaris dengan luas pengungkapan CSR perusahaan. Hasil penelitian Budiman (2015) menunjukkan hasil bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan CSR. Sedangkan, Gusti Ayu Putu Wiwik Sriayu dan Ni Putu Sri Harta Mimba (2013) menunjukkan hasil

berbeda yaitu ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR.

tinggi rendahnya kepemilikan saham yang dimiliki oleh masyarakat diprediksi akan mempengaruhi pengungkapan CSR perusahaan. Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung hubungan antara kepemilikan saham publik dengan luas pengungkapan CSR perusahaan. Hasil penelitian Gusti Ayu Putu Wiwik Sriayu dan Ni Putu Sri Harta Mimba (2013) menunjukkan hasil bahwa variabel kepemilikan saham publik berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan Marzully Nur dan Denies Priantinah (2012) menunjukkan hasil yang berbeda yaitu variabel kepemilikan saham tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Pengungkapan media merupakan variabel yang masih jarang digunakan untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian Kurnia Putri dan Anis Chariri (2013) menunjukkan bahwa variabel pengungkapan media berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan hasil penelitian Marzully Nur dan Denies Priantinah (2012) menunjukkan hasil yang berbeda yaitu variabel pengungkapan media tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dan hasil penelitian terdahulu yang saling bertentangan Hal ini menjadi menarik untuk dilakukan penelitian lebih lanjut. Peneliti ini akan menggunakan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR antara lain profitabilitas, *leverage* ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, kepemilikan saham dan pengungkapan

media. Penelitian ini mengadopsi GRI (*Global Reporting Initiative*) versi 3.0 yang telah disesuaikan dengan kondisi pelaksanaan CSR di Indonesia sebagai item pengukur variabel dependen pada *sustainability reporting* perusahaan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini mengambil judul “**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)*** (Studi empiris Pada perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016)”

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan, permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Apakah profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016 ?
- 2) Apakah *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016 ?
- 3) Apakah ukuran perusahaan signifikan pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016 ?

- 4) Apakah dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016?
- 5) Apakah kepemilikan saham publik signifikan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016?
- 6) Apakah pengungkapan media berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016?
- 7) Apakah profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dewan komisaris, kepemilikan saham publik, dan pengungkapan media secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016?

1.3 Batasan masalah

Batasan masalah penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* seperti halnya profitabilitas, *leverage*, dewan komisaris, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, pengungkapan media, kapitalisasi pasar, tingkat pertumbuhan, kepemilikan saham asing, dan masih banyak lagi. Dari berbagai faktor tersebut, yang akan digunakan

dalam penelitian ini yaitu faktor Profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dewan komisaris, kepemilikan saham publik, dan pengungkapan media.

- 2) Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun periode 2014-2016.
- 3) Rasio profitabilitas dalam penelitian ini diproksikan dengan menggunakan ROA (Return on Asset)
- 4) Rasio *leverage* dalam penelitian ini diproksikan dengan menggunakan DER (Debt to Equity Ratio)
- 5) Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diproksikan dengan menggunakan log total aset

1.4 Tujuan penelitian

Penelitian ini dilakukan berdasarkan adanya hal-hal yang dianggap perlu diteliti lebih lanjut yang berhubungan dengan faktor-faktor pengungkapan CSR dengan tujuan:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016.

- 3) Untuk mengetahui pengaruh Ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh Dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016
- 5) Untuk mengetahui pengaruh Kepemilikan saham terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016
- 6) Untuk mengetahui pengaruh Pengungkapan media terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016
- 7) Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, dewan komisaris, kepemilikan saham publik, pengungkapan media secara bersama-sama terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak-pihak pemakai laporan tahunan, antara lain:

- 1) Bagi akademi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam pengembangan ilmu ekonomi khususnya pada ilmu akuntansi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi informasi dan referensi serta pembandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan.

2) Bagi perusahaan

Hasil Penelitian ini diharapkan mampu memberi informasi dan referensi untuk pengambilan keputusan oleh perusahaan mengenai pengungkapan tanggungjawab sosial dalam laporan keuangan yang disajikan

3) Bagi investor

Hasil Penelitian ini diharapkan mampu memberi informasi tentang laporan tahunan perusahaan sehingga dapat dijadikan sebagai acuan untuk pengambilan keputusan investasi.

4) Bagi masyarakat

Memberikan stimulus sebagai pengontrol atas perilaku perusahaan serta meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh dari perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah mengenai sebab meningkatnya permintaan bagi perusahaan untuk melakukan CSR dan pengungkapannya serta membahas motivasi perusahaan melakukan hal tersebut. Dengan latar belakang tersebut

dilakukan perumusan masalah penelitian. Selanjutnya dibahas mengenai batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori yang digunakan sebagai landasan penelitian. Dalam bab ini juga dibahas penelitian terdahulu tentang mengungkapkan CSR beserta faktor-faktornya, kerangka pemikiran dan Hipotesis

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang objek penelitian, populasi dan sampel, metode penelitian, variabel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data yang termasuk prosedur analisis data yang dilakukan untuk mencapai tujuan penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang analisis terhadap data dan temuan empiris yang diperoleh.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari pelaksanaan penelitian dan saran yang nantinya dapat dijadikan acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya, atau sebagai bahan implikasi.