

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pada saat ini tanggung jawab sosial perusahaan semakin menjadi perhatian lebih dikalangan dunia usaha. Hal ini terjadi karena pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) menjadi suatu keharusan bagi perusahaan dalam mendukung aktivitas bisnisnya yang bukan hanya berorientasi pada pencapaian laba tetapi juga menjadi suatu pembelajaran, dimana setiap individu yang terlibat memiliki rasa kesadaran sosial pada lingkungan sekitar perusahaan tersebut berada (Yanti dkk, 2021). Keberlanjutan suatu perusahaan akan terjamin apabila memperhatikan sudut pandang sosial dan lingkungan hidup masyarakat sekitar sehingga perusahaan perlu berkomitmen untuk memberikan manfaat yang sebesar-besarnya untuk masyarakat hingga ke program yang bersifat sosial. Menurut (Suryandari & Mongan, 2020) dengan melaksanakan CSR maka akan meningkatkan reputasi dan citra perusahaan dimata masyarakat.

Peraturan CSR sendiri di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 1 Angka 3 tentang Perseroan Terbatas yang berbunyi: “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun

masyarakat pada umumnya. Sementara itu Undang-Undang Nomor 25 Pasal 15 Huruf B Tahun 2007 tentang Penanaman Modal menyebutkan bahwa: “Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”. Tanggung jawab sosial disini memiliki makna bahwa setiap perusahaan harus menciptakan hubungan yang baik dengan masyarakat yang terdapat disekitar perusahaan (OJK, 2016).

Terdapat beberapa urgensi yang mengatur CSR dari bersifat sukarela (*voluntary*) menjadi wajib (*mandatory*) dapat dilihat dari pendapat Mahkamah Konstitusi dalam Putusan MK Nomor 53/PUU-VII/2008 yang menyatakan bahwa penormaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) menjadi kewajiban hukum yang merupakan kebijakan hukum pembentuk undang-undang untuk mengatur dan menerapkan TJSL dengan suatu sanksi (Sefriani & Wartini, 2017). Menurut (Sari, 2016) Pelaksanaan CSR yang bersifat wajib (*mandatory*) dimaksudkan agar perusahaan memiliki daya atur, daya ikat dan daya dorong untuk melaksanakan CSR. Namun sebaliknya, pelaksanaan CSR yang bersifat sukarela (*voluntary*) tidak cukup kuat untuk dapat memaksa perusahaan untuk melaksanakan CSR. Maka dari itu pelaksanaan CSR yang bersifat wajib (*mandatory*) diharapkan agar perusahaan dapat berkontribusi lebih guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang terdapat disekitar perusahaan tersebut (Sari, 2016).

Keberadaan perusahaan memang idealnya harus memberikan manfaat yang lebih untuk masyarakat disekitar seperti memberikan lapangan pekerjaan yang dapat menekan angka pengangguran (Ruroh & Latifah, 2018). Namun

disisi lain, perusahaan juga dapat memberikan dampak buruk seperti dengan adanya eksploitasi sumber daya alam, rusaknya lingkungan sekitar, masalah pencemaran lingkungan dengan menggunakan teknologi tinggi serta penggunaan bahan-bahan kimia yang berbahaya dan beracun bahkan hingga membuat kebisingan pada masyarakat sekitar (Ruroh & Latifah, 2018).

Masalah mengenai kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan sosial yang masih sering terjadi di beberapa wilayah Indonesia seperti pencemaran lingkungan yang terjadi di Medan, Sumatera Utara yang disebabkan oleh PT. Indofood dimana banyak limbah minyak yang terdapat pada mie instan yang mengandung bahan berbahaya dan beracun (B3) (Pujiyanto, 2019). Selanjutnya kasus yang terjadi pada PT. STTC yang berada di Kota Pematangsiantar, CSR yang seharusnya merupakan bantuan yang berasal dari keuntungan perusahaan tetapi tidak pernah disalurkan sejak tahun 2015. PT. STTC juga sering memberikan bantuan kepada kelompok tertentu, namun bukan kepada masyarakat disekitar perusahaan yang membutuhkan (Metro 24 jam, 2017). Kasus lain yang terjadi pada PT. Indofood karena pemberian upah dan gaji karyawan dibawah UMR, hal ini bertentangan dengan tidak diterapkannya 3P (*People, Planet, Profit*) dalam CSR pada suatu perusahaan. Kasus ini menunjukkan adanya pelanggaran karena selain kesejahteraan bagi masyarakat sekitar, perlu juga adanya kesejahteraan bagi karyawan dengan memberikan upah dan gaji yang layak. Hal tersebut dikarenakan bahwa karyawan merupakan salah satu penunjang kesuksesan perusahaan dalam mencapai target (Barnas dkk, 2016).

Kasus yang terjadi tersebut merupakan salah satu masalah lingkungan dan sosial yang kurang diatur dengan baik oleh perusahaan serta dapat menimbulkan banyak dampak negatif terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Hal tersebut mengharuskan perusahaan untuk melaksanakan CSR. Namun disisi lain, banyak juga perusahaan di Indonesia yang sukses dalam menjalankan CSR diantara lain yang dilakukan oleh PT. Djarum dengan program beasiswa bagi mahasiswa berprestasi. Selanjutnya pada PT. Indocement Tungal Prakasa Tbk yang menjadi salah satu contoh perusahaan yang sangat peduli dengan kelestarian lingkungan hidup dengan melakukan program kegiatan *Clean Development Mechanism* (CDM) yang merupakan program kerjasama antar negara maju dan negara berkembang dalam penandatanganan Protokol Kyoto untuk menurunkan emisi gas rumah kaca guna mendukung pembangunan berkelanjutan. Lalu terdapat pula program Mitra Produksi Sampoerna (MPS) yang merupakan program kemitraan yang dilakukan dengan perusahaan kecil dan menengah, koperasi serta pondok pesantren untuk menjadi mitra produksi perusahaan dengan memberikan manfaat utama yaitu penyerapan tenaga kerja, transfer teknologi dan menghidupkan ekonomi masyarakat disekitar perusahaan (Anggriawan, 2020).

Beberapa penelitian terdahulu telah melakukan riset yang membahas tentang permasalahan CSR. Terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi CSR, salah satunya adalah profitabilitas. Menurut (Yanti & Budiasih, 2016) profitabilitas merupakan kemampuan memperoleh laba pada suatu perusahaan dalam periode tertentu dan secara garis besar laba yang

dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan dan investasi yang dapat meningkatkan nilai pemegang saham. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas maka perusahaan akan cenderung melaksanakan dan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya (Putri, 2017). Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan sebuah kegiatan yang memerlukan pembiayaan yang cukup besar sehingga jika suatu perusahaan lebih *profitable*, maka memungkinkan perusahaan tersebut untuk melaksanakan program CSR dengan lebih baik (Iskandar, 2016).

Beberapa penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR yang telah banyak dilakukan diantaranya oleh (Dewi & Sari, 2019), (Astuti, 2019), (Prakasa & Astika, 2017) dan (Mudjiyanti, 2017) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berbanding terbalik dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Sekarwigati & Effendi, 2019), (Barnas dkk, 2016) dan (Rofiqkoh & Priyadi, 2016) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif pada pengungkapan CSR.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu *Leverage*. Menurut (Astuti, 2019) *leverage* adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan bergantung pada pinjaman luar untuk membangun asetnya, sedangkan perusahaan dengan tingkat *leverage* yang rendah akan menggunakan modal sendiri untuk membangun asetnya (Warda, 2019). Dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* rendah akan

mengungkapkan CSR lebih luas. Berbeda dengan perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* tinggi akan mengungkapkan CSR lebih rendah, hal tersebut dikarenakan perusahaan harus mengurangi biaya-biaya untuk melakukan pengungkapan CSR agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders* (Astuti, 2019).

Penelitian terdahulu mengenai pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan oleh (Rofiqkoh & Priyadi, 2016), (Sitorus & Harahap, 2017) dan (Yanti & Budiasih, 2016) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Astuti, 2019), (Dewi & Sedana, 2019) dan (Warda, 2019) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu ukuran perusahaan. Menurut (Putri, 2017) ukuran perusahaan adalah skala yang digunakan dalam menentukan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin besar pula perhatian yang didapatkan dari pasar maupun publik (Barnas dkk, 2016). Luasnya pengungkapan CSR bergantung pada besar atau kecilnya ukuran perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin luas pengungkapan CSR tersebut dan begitu pun sebaliknya. Hal ini dikarenakan perusahaan yang besar akan menghadapi tanggung jawab yang lebih besar pula kepada masyarakat dan lingkungan untuk selalu berperilaku dengan baik (Rukmana & Hendri, 2020).

Penelitian terdahulu mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan oleh (Sari, 2021), (Vivian, 2020) dan (Dewi & Sari, 2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yanti dkk, 2021), (Sekarwigati & Effendi, 2019) dan (Shafira dkk, 2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian ini mengacu pada penelitian (Arita & Mukhtar, 2019) yang meneliti terkait pengaruh profitabilitas, *leverage* dan likuiditas terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018. Berdasarkan hasil penelitian (Arita & Mukhtar, 2019) profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap CSR. Terdapat beberapa perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu adanya penggantian variabel independen menggunakan ukuran perusahaan lalu penghapusan variabel likuiditas dan sampel yang digunakan adalah perusahaan *consumer non-cyclicals* serta periode penelitian yang digunakan adalah 2017-2020.

Alasan penulis mengganti dengan variabel ukuran perusahaan dikarenakan luas pengungkapan CSR tergantung pada besar atau kecilnya suatu ukuran perusahaan. Menurut (Respati & Hadiprajitno, 2015) perusahaan yang besar cenderung mendapat perhatian yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang kecil. Terbukti dengan adanya penelitian yang dilakukan

oleh (Sari, 2021), (Vivian, 2020) dan (Dewi & Sari, 2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Pemilihan sampel pada perusahaan *consumer non-cyclicals* dipilih karena seluruh kegiatan operasi perusahaan tersebut berkaitan dengan eksploitasi sumber daya alam dan mampu memberikan dampak pada kerusakan lingkungan secara langsung maupun tidak langsung. Penelitian ini dilakukan karena permasalahan lingkungan di masa depan tidak bisa diperkirakan dan pada penelitian ini dapat juga menganalisa bagaimana kinerja lingkungan setiap perusahaan serta bagaimana pengelolaan lingkungan yang diungkapkan melalui laporan tahunan perusahaan.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR?
2. Apakah *leverage* berpengaruh positif terhadap CSR?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR?

C. PEMBatasan MASALAH

Penelitian ini memiliki batasan agar fokus pada permasalahan yang akan diangkat. Batasan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan variabel profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap *corporate social responsibility*. Menggunakan sampel dari beberapa perusahaan *consumer non-cyclicals* yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan periode pengamatan yang dilakukan adalah 2017-2020.

D. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh profitabilitas terhadap CSR pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*.
2. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh *leverage* terhadap CSR pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*.
3. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap CSR pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*.

Adapun manfaat yang hendak didapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan wawasan peneliti khususnya mengenai karakteristik perusahaan yang mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan informasi mengenai pentingnya CSR dalam laporan tahunan serta dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan atau pembuatan suatu kebijakan yang terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan.