

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Informasi merupakan kebutuhan yang mendasar bagi para investor dan calon investor untuk pengambilan keputusan. Adanya informasi yang lengkap, tepat dan akurat memungkinkan investor untuk pengambilan keputusan secara rasional sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan. Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan adalah informasi tentang pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan perusahaan yang berkaitan dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan maupun laporan terpisah. (Guthrie dan Mathews, 1985 dalam Sembiring 2005).

Perusahaan merupakan bagian dari masyarakat dan lingkungan, keberadaannya tidak terlepas dari masyarakat dan lingkungan. Perusahaan non manufactur merupakan perusahaan yang menyediakan layanan jasa kepada masyarakat atau konsumen yang membutuhkan. Didirikannya sebuah perusahaan memiliki tujuan yang jelas. Ada beberapa hal yang mengemukakan tentang tujuan pendirian suatu perusahaan. Tujuan perusahaan yang pertama adalah untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar-besarnya. Tujuan perusahaan yang kedua adalah ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau pemilik saham. Sedangkan

tujuan perusahaan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Perusahaan tidak boleh mengembangkan diri sendiri dengan tidak memperhatikan masyarakat dan lingkungannya. Dampak dari aktivitas perusahaan tidak hanya dirasakan oleh pihak yang terkait langsung dengan perusahaan. (Martono dan Agus Harjito, 2005).

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, *image* perusahaan akan meningkat. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik dimasyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga dalam waktu lama penjualan perusahaan membaik dan profitabilitas perusahaan juga meningkat (Retno dan Priantinah, 2012).

Praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) telah banyak diterapkan oleh perusahaan publik di Indonesia. Pada laporan tahunannya, perusahaan telah menyebutkan aspek pertanggungjawaban sosial walaupun dalam bentuk yang relatif sederhana. Perusahaan berhak memilih bentuk pengungkapan tanggung jawab yang sesuai dengan kebutuhan dan kompleksitas organisasinya. Meskipun informasi mengenai CSR yang diungkap dalam laporan tahunan tersebut belum mendetail,

itikad baik perusahaan tersebut telah menyadari pentingnya informasi yang terkait dengan CSR.

Investor mengapresiasi praktik CSR ini dan melihat aktivitas CSR sebagai rujukan untuk menilai potensi keberlanjutan suatu perusahaan. Bila perusahaan tidak mengungkapkan program CSR, bisa jadi *stakeholder* menganggap perusahaan yang bersangkutan tidak melakukan tanggung jawab sosialnya dan meragukan *going concern*-nya (Pambudi 2006b). Selanjutnya, investor akan menilai perusahaan tidak mampu mempertahankan keberlanjutan usahanya sehingga investor tidak tertarik untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan tersebut.

Dampak yang ditimbulkan dari kegiatan perusahaan berbeda-beda meskipun memiliki jenis usaha yang sama sehingga berpengaruh terhadap CSR yang dilakukan perusahaan. Terdapat perbedaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di tiap perusahaan. Perbedaan tersebut dikarenakan karakteristik perusahaan yang berbeda-beda. Semakin kuat karakteristik yang dimiliki suatu perusahaan tersebut dalam menghasilkan dampak sosial bagi publik tentunya akan semakin kuat pula pemenuhan tanggung jawab sosialnya kepada publik (Theodora Martina Veronica, 2009).

Berdasarkan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, tanggung jawab sosial perusahaan berlaku untuk semua jenis perusahaan, termasuk perusahaan di bidang keuangan, perbankan, media komunikasi maupun perusahaan transportasi. Perusahaan perbankan berdasarkan pada kegiatan operasionalnya memang tidak menimbulkan

limbah kepada lingkungan seperti halnya perusahaan transportasi yang dalam aktivitas operasionalnya menimbulkan limbah atau dampak negatif pada lingkungan. Namun demikian, perusahaan perbankan dirasa tetap perlu untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya karena keberadaannya ditengah masyarakat.

Dari penjelasan ini, dapat diketahui bahwa CSR itu adalah sebuah kewajiban dan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungannya untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan hidup. Untuk itu pemerintah mengeluarkan peraturan mengenai tanggung jawab sosial, yang diatur dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007 pasal 74 tentang “tanggung jawab sosial dan lingkungan”, yang berisi :

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana yang dimaksud ayat pada (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Peraturan diatas menunjukkan manifestasi akan kepedulian pemerintah terhadap masalah-masalah sosial, yang dalam hal ini adalah pertanggungjawaban sosial perusahaan. Dengan adanya Undang-Undang R.I No. 40 tahun 2007 Pasal 74 tersebut, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran perusahaan terhadap lingkungan.

Dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah jurnal Sembiring (2005). Penggunaan jurnal Sembiring sebagai dasar penelitian ini dikarenakan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas, *profile*, *leverage*, ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Seperti halnya variabel yang digunakan dalam penelitian Sembiring, penulis akan menambahkan satu variabel dalam penelitiannya yaitu umur perusahaan.

*Size* atau ukuran perusahaan dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi daripada perusahaan kecil. Faktor lain yang mempengaruhi CSR adalah profitabilitas. Menurut Sartono (2001) menyatakan bahwa berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab

sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, apabila pada tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial. Dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut.

*Profile* menunjukkan bahwa perusahaan *high-profile* akan mengungkapkan informasi tanggungjawab sosialnya lebih banyak dari pada perusahaan *low-profile*. *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 akan lebih sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi CSR yaitu ukuran dewan komisaris. Berkaitan dengan ukuran dewan komisaris, Suryanto (2011) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan dan memonitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan

tanggungjawab sosial perusahaan, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Hal ini sejalan dengan penelitian Sembiring (2005) yang menunjukkan hasil bahwa proporsi dewan komisaris mempengaruhi tingkat pengungkapan sukarela. Sedangkan umur perusahaan sangat mempengaruhi laporan keuangan perusahaan, karena berkaitan dengan pengembangan dan penumbuhan perusahaan tersebut. Semakin lama perusahaan berdiri, maka semakin tinggi tingkat pengungkapan tanggung jawab sosialnya.

Berbagai penelitian terdahulu yang telah dilakukan untuk menganalisis pengaruh karakteristik perusahaan terhadap CSR, namun belum menunjukkan hasil yang konsisten.

1. Hasil penelitian Bramantya Adhi Cahya (2010) dan Sembiring (2005) menunjukkan bahwa *size* berpengaruh signifikan terhadap CSR sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) menunjukkan bahwa *size* tidak berpengaruh terhadap CSR.
2. Hasil penelitian Sitepu (2009) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap CSR, sedangkan penelitian Sembiring (2005) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR.
3. Variabel *leverage* yang diteliti oleh Bramantya Adhi Cahya (2010) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap CSR, sedangkan hasil penelitian Sembiring (2005) dan Theodora Martina

Veronica (2010) menunjukkan *leverage* perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

Dengan adanya hasil penelitian terdahulu yang kontradiktif dan minimnya penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia, maka topik penelitian ini menarik untuk diteliti bagaimana perusahaan menunjukkan tanggung jawab terhadap kepentingan sosial dengan memberikan informasi sosial serta faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial didalam laporan keuangan tahunan pada perusahaan-perusahaan di Indonesia. Peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut dengan judul **“PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (studi pada perusahaan non manufactur yang tercatat *go-public* di BEI)”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan *go public* ?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan *go public* ?

3. Apakah *profile* berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan *go public* ?
4. Apakah *leverage* berpengaruh negatif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan *go public* ?
5. Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh negatif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan *go public* ?
6. Apakah umur perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan *go public* ?

### 1.3 Pembatasan Masalah

Dengan melihat permasalahan yang ada pada perusahaan non manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI) terutama yang berhubungan dengan masalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, dan mengingat adanya keterbatasan waktu, keilmuan serta kemampuan penulis, maka penulis membatasi masalah dalam penelitian ini.

Adapun batasan masalah tersebut adalah :

1. Sampel yang digunakan adalah perusahaan non manufaktur yang tercatat *go public* di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Tahun penelitian yang digunakan yaitu tahun 2013
3. Perusahaan sampel melakukan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan secara lengkap.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Untuk dapat melaksanakan penelitian ini dengan baik dan tepat sasaran, maka peneliti harus mempunyai tujuan, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara parsial tentang pengaruh karakteristik perusahaan yang meliputi ukuran perusahaan, profitabilitas, *profile*, *leverage*, ukuran dewan komisaris dan umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada perusahaan non manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI).

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan, yakni :

##### 1. Bagi Peneliti

Dalam penelitian ini, peneliti berharap dapat menambah wawasan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat.

##### 2. Bagi Perusahaan

Sedangkan pada perusahaan yang *go public* di Bursa Efek Indonesia (BEI), hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dorongan bagi perusahaan dalam meningkatkan tanggung jawab sosialnya.

##### 3. Bagi Dunia Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi ataupun sebagai data pembanding sesuai dengan bidang yang akan diteliti,

menambah wawasan pengetahuan serta dapat memberikan bukti empiris dari penelitian-penelitian sebelumnya mengenai karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia.

#### 4. Bagi Investor

Bagi investor, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi para investor untuk pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi.

