

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan terjadinya globalisasi mendorong perusahaan untuk lebih memperhatikan pertanggungjawaban sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*). Hal tersebut adalah konsekuensi dari semakin tingginya kesadaran masyarakat akan dampak sosial yang ditimbulkan oleh perusahaan dalam melaksanakan aktivitas operasinya. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu tuntutan agar perusahaan tidak hanya mengutamakan kepentingan bagi para *shareholders* yang hanya berorientasi untuk memperoleh laba sebanyak-banyaknya. Di samping *shareholders*, masih ada pihak-pihak lain yang juga mempunyai kepentingan dalam perusahaan yang menilai perusahaan bukan dari sisi finansial saja, yaitu lingkungan sosial.

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan pertama kali dikemukakan oleh Bowen (1953) dan setelah itu mengalami perkembangan hingga saat ini. *Corporate Social Responsibility* sebagai konsep akuntansi yang baru adalah transparansi pengungkapan sosial atas kegiatan atau aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Adapun transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya berupa informasi keuangan tetapi perusahaan juga diharapkan mengungkapkan informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan.

Tanggung jawab sosial dapat menjadi sarana bagi perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjang, yaitu memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan. Perusahaan yang berkontribusi bagi kemakmuran masyarakat memiliki nilai lebih di mata investor dan masyarakat itu sendiri, yang pada akhirnya dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Adanya jaminan kelangsungan hidup perusahaan berarti terdapat pula jaminan diperolehnya laba secara kontinu dan *return* bagi para investor.

Keberadaan prinsip tanggung jawab sosial perusahaan memiliki tujuan untuk memperkuat kemampuan perusahaan dalam beradaptasi dengan lingkungan, komunitas, dan *stakeholders* yang terkait dengannya, baik lokal, nasional, maupun global. Tanggung jawab sosial mengandung makna bahwa perusahaan memiliki tugas moral untuk berlaku jujur, mematuhi hukum, menjunjung tinggi integritas, dan tidak berlaku korupsi. Tanggung jawab sosial perusahaan menekankan bahwa perusahaan harus mengembangkan praktik bisnis yang sesuai dengan etika secara ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Saat ini tanggung jawab sosial perusahaan telah menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan citra perusahaan. Minat yang tinggi pada investasi-investasi yang bertanggung jawab secara sosial menjadi semakin intensif akhir-akhir ini. Hal tersebut ditandai dengan meningkatnya resolusi pemegang saham atas isu-isu sosial dan lingkungan yang meliputi usaha untuk menjaga reputasi perusahaan, strategi manajemen risiko, dan meningkatkan daya saing perusahaan. Selain itu juga ditandai dengan makin maraknya isu sosial yang diserukan oleh lembaga swadaya masyarakat dan para konsumen. Pengungkapan tanggung jawab sosial

dalam laporan keuangan merupakan salah satu media informasi dari perusahaan kepada *stakeholders* sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan bisnis. Melalui pengungkapan tanggung jawab sosial, para pemakai laporan keuangan dapat menganalisis sejauh mana tanggung jawab dan perhatian perusahaan terhadap lingkungan sosialnya dalam menjalankan bisnis disamping usaha untuk memperoleh laba.

Di Indonesia, penerapan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan tergolong rendah sebab banyak perusahaan yang beranggapan bahwa tujuan utama perusahaan adalah untuk mencapai kesejahteraan *shareholder*, yaitu dengan memaksimalkan laba. Sehingga aktivitas sosial yang dipandang tidak memberikan kontribusi terhadap peningkatan laba tidak dilakukan. Undang –undang No. 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas mewajibkan perseroan yang bidang usahanya berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dan melaporkannya dalam laporan tahunan. Dengan adanya transparansi dan akuntabilitas, diharapkan timbul kesadaran dalam perseroan untuk melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan.

Sedangkan di Meksiko, kesadaran perusahaan untuk mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan keuangan masih rendah. Penelitian Paul *et al* (2006) menemukan bahwa dari 75 perusahaan yang dijadikan subjek penelitian hanya sepuluh perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dari kesepuluh perusahaan tersebut hanya beberapa yang menyajikan laporan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan dalam bahasa Inggris di samping bahasa Spanyol, sehingga

kebanyakan dari informasi yang diungkapkan tidak dapat digunakan secara internasional.

Kondisi ekonomi, khususnya `kesehatan` perusahaan dan tingkat persaingan dimana perusahaan berada, mempengaruhi kemungkinan perusahaan untuk melakukan aktivitas yang dapat dikategorikan sebagai tanggung jawab sosial. Kinerja keuangan perusahaan yang lemah dan kondisi ekonomi yang tidak sehat akan menurunkan kemungkinan tersebut (Campbell, 2007). Dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang berada dalam kondisi ekonomi dan finansial yang sehat akan cenderung melakukan tanggung jawab sosial dibanding perusahaan yang tidak berada dalam kondisi tersebut.

Penelitian mengenai tanggung jawab sosial perusahaan sangat menarik untuk diteliti. Adanya kontradiksi yang ada antara teori dengan berbagai temuan empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan motivasi utama dilakukannya penelitian ini. Penelitian yang dilakukan oleh Graafland dan van de Ven (2006) menemukan bahwa perusahaan memandang tanggung jawab sosial sebagai kewajiban moral terhadap masyarakat. Selain itu, penelitian tersebut menunjukkan perusahaan menerapkan aktivitas CSR karena memiliki keyakinan bahwa aktivitas tersebut akan berpengaruh positif terhadap kondisi keuangan perusahaan dalam jangka panjang.

Haron *et al* (2008) tidak menemukan hubungan antara jenis industri, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan profil industri berkorelasi

positif dengan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan (Anggraini, 2006). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rahman dan Widayari (2008) menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian sebelumnya menemukan bahwa tingkat *leverage* juga berkorelasi dengan tingkat pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan, meskipun hasilnya beragam. Sembiring (2003) dan Lubis (2008) menemukan korelasi yang negatif dari *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan Sembiring (2005) tidak menemukan korelasi antara tingkat *leverage* dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Faktor-faktor *corporate governance* juga dikorelasikan dengan tingkat pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan. Ukuran dewan komisaris, ukuran komite audit, kualitas auditor eksternal, dan struktur kepemilikan berkorelasi positif dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005; Anggraini, 2006).

Hackston dan Milne (1996) melakukan penelitian mengenai praktik pengungkapan lingkungan dan sosial pada perusahaan-perusahaan di New Zealand serta menguji beberapa hubungan potensial antara karakteristik perusahaan dengan pengungkapan sosial dan lingkungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan industri berhubungan dengan jumlah pengungkapan, sedangkan profitabilitas tidak. Interaksi antara ukuran perusahaan dan industri menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan yang lebih kuat antara perusahaan dalam industri yang *high-profile* dibandingkan dengan industri yang

low-profile. Adanya perbedaan hasil dari penelitian-penelitian terdahulu memotivasi untuk dilakukan penelitian ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini antara lain untuk menguji:

1. Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan diadakan penelitian ini, diharapkan diperoleh manfaat penelitian:

1. Bagi perusahaan, sebagai pertimbangan dan pendorong dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan tanggung jawab sosial, serta untuk memotivasi perusahaan dalam mengungkapkan informasi pertanggungjawaban sosial dalam rangka menjaga alam, mempererat hubungan dengan masyarakat, dan mencapai *competitive advantage*.
2. Bagi investor, akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam keputusan investasi, dengan tidak hanya mengacu pada ukuran finansial saja
3. Bagi masyarakat, menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan.

1.5 Sistematika Skripsi

Secara garis besar, skripsi ini dibagi menjadi lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab 1 berisi pendahuluan yang membahas empat hal, yaitu mengenai latar belakang hubungan antara profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan; perumusan masalah; tujuan penelitian; manfaat penelitian; dan sistematika penulisan skripsi.

Bab 2 berisi tinjauan kepustakaan, terdiri dari landasan teori yang mengemukakan teori-teori yang berkaitan dengan hubungan antara profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan; penelitian sebelumnya yang dijadikan acuan dalam penelitian;

hipotesis yang berisi dugaan sementara adanya pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang akan diuji dalam penelitian.

Bab 3 membahas tentang pendekatan penelitian yang digunakan, yaitu pendekatan kuantitatif; identifikasi variabel independen, yaitu profitabilitas yang diukur dengan ROA, ukuran perusahaan dengan *log natural Total Assets*, dan *leverage* dengan *debt to total assets ratio*, serta variabel dependen, yaitu CSR; definisi operasional dari variabel independen dan variabel dependen; jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini; metode pemilihan kriteria populasi penelitian; dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian.

Bab 4 menguraikan tentang hasil dan pembahasan penelitian analisis hubungan antara profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang terdiri dari gambaran umum subjek penelitian; deskripsi hasil penelitian analisis model; pembuktian hipotesis; dan pembahasan.

Bab 5 berisi kesimpulan berdasarkan pembahasan sebelumnya, yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan; keterbatasan dalam penelitian, serta saran yang diajukan kepada pihak-pihak yang sekiranya dapat mengambil manfaat dari penelitian ini.