

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Fenomena tanggung jawab sosial perusahaan atau biasa disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR) semakin berkembang di Indonesia. Banyak perusahaan di Indonesia yang antusias untuk memulai dalam menjalankan kegiatan tanggung jawab sosial dengan berbagai alasan seperti meningkatkan citra perusahaan, menjaga hubungan baik dengan para pemangku kepentingan, dan keberlangsungan dari perusahaan itu sendiri. Pada dasarnya sebuah perusahaan didirikan memiliki orientasi memperoleh laba. Untuk itu perusahaan perlu memikirkan keberlanjutan perusahaan ditahun mendatang.

Di saat ini informasi keuangan dalam bentuk laba saja tidak cukup untuk menjamin keberlanjutan perusahaan. Perusahaan perlu menyediakan informasi lainnya yang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan para pemangku kepentingan (Hastuti, 2014). Menurut Sembiring (2005) pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan pengkomunikasian kegiatan ekonomi yang dilakukan organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan masyarakat secara keseluruhan.

Kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial tertuang dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat 1 menyatakan bahwa Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang

dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu UU No. 40 Tahun 2007 pasal 1 ayat 3 menyatakan bahwa 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. Kebijakan tersebut merupakan ketegasan yang dilakukan oleh pemerintah untuk dijalankan oleh perseroan yang menanamkan modal di Indonesia (Indrawan, 2011).

Meskipun sudah ada peraturan yang diterbitkan pemerintah untuk perseroan terbatas untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, namun dalam praktik tanggung jawab sosial perusahaan dan pengungkapannya bervariasi antar perusahaan. Gambaran kegagalan praktik tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia misalnya kasus PT Newmont Minahasa Raya, kasus lumpur panas Sidoarjo. Kasus lainnya adalah konflik antara PT. Freeport Indonesia dengan rakyat Papua. PT. Freeport Indonesia telah melakukan penggunaan lahan adat, kegiatan penambangan yang merusak dan menghancurkan lingkungan hidup, penghancuran perekonomian, dan pengingkaran eksistensi penduduk Amungme, itu semua terjadi karena kegiatan penambangan PT Freeport Indonesia di Bumi Papua (Anatan, 2010).

Namun demikian banyak perusahaan-perusahaan di Indonesia yang mampu menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan dengan baik. Salah

satu yang dilakukan oleh PT Indocement Tungal Prakasa, Tbk. yang memiliki *Program Clean Development Mechanism (CDM)* dengan melakukan Proyek Pemanfaatan Bahan Bakar dan Material Alternatif (BBMA). Kemudian ada juga Program Mitra Produksi Sampoerna (MPS) yang dilakukan oleh PT. HM Sampoerna. Program MPS dilakukan dengan perusahaan kecil dan menengah, koperasi dan pesantren dengan menjadikannya mitra produksi (Anatan, 2010).

Bervariasinya praktik tanggung jawab sosial perusahaan akan membuat pengungkapan tanggung jawab sosial antar perusahaan juga akan berbeda. Perbedaan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tersebut ditunjukkan oleh data berikut:

**Tabel 1.1**  
*CSR Disclosure*

No	Peneliti	Sampel Penelitian	Periode Penelitian	Rata-rata CSR Disclosure
1	Hastuti (2014)	Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI	2010-2012	30,15 %
2	Purwanto (2011)	Perusahaan Non-Keuangan yang Terdaftar di BEI	2009	19,84 %
3	Amelia (2016)	Perusahaan Industri Pertambangan yang Terdaftar di BEI	2010-2014	56,95 %
4	Kristi (2012)	Seluruh Perusahaan yang Terdaftar di BEI	2010-2011	30,26 %
5	Nur (2012)	Perusahaan Berkategori <i>High Profile</i> yang Listing di BEI	2008-2010	28,08 %
6	Munsaidah dkk (2016)	Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di BEI	2010-2014	49 %

Dari data Tabel 1.1 menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berbeda-beda. Faktor-faktor yang

mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan meliputi; (1) Profitabilitas (Silaen, 2010; Wijaya, 2012; Dewi dkk, 2013). (2) Leverage (Amsyari, 2013; Wijaya, 2012). (3) Ukuran perusahaan (Nasir dkk, 2013; Dewi dkk, 2013; Anugerah dkk, 2010; Hastuti, 2014; Silaen, 2010). (4) Tipe Industri (Purwanto, 2011; Sari, 2012). (5) Ukuran Dewan Komisaris (Putra, 2011; Wijaya, 2012). (6) Struktur kepemilikan saham (Rustiarini, 2011; Tamba, 2011). (7) Pertumbuhan perusahaan (Hastuti, 2014; Ekowati dkk, 2014; Sari, 2012). (8) *Media exposure* (Ekowati dkk, 2014; Kristi, 2013; Branco dkk, 2008; Nur dan Danies, 2012). Berdasarkan uraian penelitian sebelumnya, penelitian ini fokus pada variabel ukuran perusahaan, tipe industri, pertumbuhan perusahaan (*growth*) dan *media exposure*.

Ukuran perusahaan digunakan sebagai ukuran seberapa besar perusahaan dilihat dari indikator seperti total aktiva, jumlah tenaga kerja, penjualan. Semakin besar ukuran perusahaan maka kemungkinan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan semakin banyak, dan informasi yang perlu diungkapkan juga semakin banyak, salah satunya terkait pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dari hasil penelitian yang dilakukan Anugerah dkk (2010), Hastuti (2014) dan Silaen (2010) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian Putri (2013) dan Yuliana dkk (2008) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Tipe Industri diartikan sebagai faktor potensial yang menjadi pengaruh dalam praktik pengungkapan sosial perusahaan (Silaen, 2010). Yang menjadi perhatian oleh banyak peneliti adalah tipe industri yang didasarkan pada industri *high profile* dan *low profile* (Dirgantari, 2002). Robert (1992) dalam Hasyir (2009) menyatakan bahwa industri *high profile* merupakan industri yang mempunyai *consumer visibility*, tingkat risiko politik, tingkat kompetisi yang tinggi. Dari penelitian yang dilakukan oleh Purwanto (2011), Hastuti (2014), Putra (2011) menemukan bahwa tipe industri berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian Silaen (2010) menemukan bahwa tipe industri tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi akan mendapat banyak sorotan, sehingga diprediksi perusahaan yang mendapat banyak sorotan akan lebih banyak melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Sari, 2012). Penelitian terdahulu tentang *growth* yang dilakukan oleh Sari (2012) menunjukkan bahwa *growth* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang dilakukan Sari (2012), sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ekowati dkk (2014) dan Hastuti (2014) yang menemukan bahwa *growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Media mempunyai peran penting pada pergerakan mobilisasi sosial, misalnya kelompok-kelompok yang tertarik pada masalah lingkungan (Patten, 2002 dalam Reverte, 2009). Pemberitaan media juga memberikan tekanan kepada perusahaan untuk lebih perhatian terhadap masalah lingkungan dan sosial, sehingga perusahaan juga akan lebih banyak melakukan pengungkapan. Penelitian yang dilakukan oleh Kristi (2012) tentang *media exposure* menunjukkan bahwa *media exposure* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang dilakukan Kristi (2012) sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Ekowati dkk, 2014).

Berdasarkan persepsi latar belakang tersebut, maka peneliti akan mengangkat dan membahas permasalahan penelitian tersebut dengan judul sebagai berikut: **“PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, TIPE INDUSTRI, *GROWTH* DAN *MEDIA EXPOSURE* TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN”**.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Hastuti (2014). Hal yang membedakan antara penelitian ini dan penelitian yang dilakukan oleh Hastuti (2014) adalah penambahan variabel yang digunakan, dan tahun (periode) sampel. Variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini ialah ukuran perusahaan, tipe industri, *growth*, *media exposure*, dan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal yang membedakan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hastuti (2014) yaitu, penambahan variabel *media exposure*. Periode sampel yang membedakan penelitian ini dengan

penelitian Hastuti (2014), yaitu penelitian ini menggunakan sampel perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2014-2015. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Hastuti (2014) menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2012.

### **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu:

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Apakah tipe industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
3. Apakah *growth* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
4. Apakah *media exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui dan membuktikan secara empiris apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Untuk mengetahui dan membuktikan secara empiris apakah tipe industri berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Untuk mengetahui dan membuktikan secara empiris apakah *growth* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
4. Untuk mengetahui dan membuktikan secara empiris apakah *media exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil Penelitian diharapkan dapat berguna bagi:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Manfaat Praktis:

- a. Bagi pemerintah, sebagai masukan pemerintah dalam menyusun peraturan pelaksanaan lebih lanjut terkait kewajiban tanggung jawab sosial perseroan terbatas.
- b. Bagi peneliti, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya.
- c. Bagi perguruan tinggi, penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana untuk menambah wawasan.