

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Laporan keuangan tahunan (*annual report*) perusahaan merupakan sarana yang digunakan oleh manajemen perusahaan untuk menginformasikan perkembangan dan pertanggungjawaban kinerja perusahaan kepada publik. Laporan keuangan tahunan memuat pencapaian yang berhasil diraih oleh perusahaan dalam satu periode tahun. Adanya informasi detail yang dimuat dapat membantu para pengambil keputusan untuk menentukan keputusan.

Pentingnya laporan keuangan (*annual report*) bagi perusahaan untuk menunjukkan perkembangan dan pertanggungjawaban kinerjanya kepada publik, akan mengakibatkan banyak perusahaan yang berupaya untuk memanipulasi informasi dengan memanfaatkan ketidaktahuan investor. Menurut Healy dan Palepu (2001) ada tiga alasan manajemen akan melakukan hal tersebut, yaitu: manajer memiliki lebih banyak informasi tentang strategi dan operasi bisnis yang dikelolanya, kepentingan manajer yang tidak selaras dengan investor, dan tidak sempurnanya aturan akuntansi dan audit.

Salah satu cara yang dapat ditempuh oleh pihak manajemen dalam manipulasi adalah dengan melakukan manajemen laba. Perlakuan manajemen tersebut dikarenakan seringkali pihak investor hanya melihat informasi laba, tanpa memperhatikan bagaimana laba tersebut diperoleh.

Haryudanto (2011) menyatakan bahwa manajemen laba pada dasarnya merupakan hal yang sah dilakukan dan tidak melanggar PABU, maka dari itu

cara tersebut diterapkan oleh pihak manajemen. Perilaku manajemen laba, walaupun sah dan legal, tetapi apabila bocor kepada pihak lain maka akan merugikan pihak perusahaan. Manajer yang melakukan manajemen laba akan menerima berbagai konsekuensi seperti, hilangnya kepercayaan dan reputasi, lebih ekstrem akan kehilangan pekerjaannya. Perusahaan yang melakukan manajemen laba akan mengakibatkan krisis kepercayaan dari para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Salah satu contoh kasus manajemen laba di Indonesia yakni yang terjadi pada PT. Indofarma Tbk. Laporan keuangan PT. Indofarma Tbk. diaudit oleh auditor internal, namun setelah dilakukan audit oleh auditor eksternal terdeteksi suatu kecurangan, yakni manajemen perusahaan melakukan manipulasi laba yang pada akhirnya membuat citra perusahaan terlihat buruk di mata investor dan masyarakat.

Dalam upaya mengatasi kecenderungan ketidakpercayaan *stakeholder*, pihak manajemen akan membuat suatu kebijakan guna membangun citra baik perusahaan. Kebijakan tersebut salah satunya dengan melalui praktik tanggung jawab sosial. Suatu organisasi perusahaan, dalam melaksanakan kinerja dan aktivitasnya harus mendasarkan keputusan tidak semata berdasarkan dampaknya pada aspek ekonomi, misalnya tingkat deviden, tetapi juga harus menimbang dan memperhitungkan dampak sosial lingkungan. Mengacu pada pengertian tersebut, tanggung jawab sosial dapat dikatakan sebagai kontribusi perusahaan kepada beberapa pihak, baik internal maupun eksternal dengan cara manajemen dampak (meminimalisir dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif) terhadap seluruh *stakeholder*.

Suatu perusahaan diwajibkan untuk melakukan pengungkapan mengenai kondisi dari kinerja organisasi perusahaan. Menurut Pitoyo (2016), pengungkapan berarti tidak menyembunyikan atau menutupi sesuatu dan/atau memberikan informasi seluas-luasnya kepada publik secara transparan. Pengungkapan terdiri dari dua macam, yakni pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*).

Banyak hal yang perlu diungkapkan demi keberlangsungan hidup perusahaan, salah satunya adalah pengungkapan mengenai tanggung jawab sosial. Semua perusahaan yang beroperasi di Indonesia baik mengelola maupun memberikan dampak terhadap sumber daya alam wajib untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Salah satu fenomena yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia misalnya pada PT. Freeport Indonesia di Papua yang sebenarnya telah menjalankan kewajiban tanggung jawab sosialnya, namun selalu dipandang buruk oleh masyarakat karena perusahaan tersebut kurang dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, demi mendapatkan citra baik dari masyarakat dan para pemegang saham, perusahaan perlu untuk mengungkapkan informasi-informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial.

Di Indonesia, pengungkapan tanggung jawab sosial diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas (PT), sedangkan implementasi atas peran tanggung jawab sosial diatur dalam UU No. 40 Tahun

2007 Pasal 74. Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan harus dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan, sesuai dengan pasal 66 ayat 2c.

Pentingnya pengungkapan tanggung jawab sosial telah membuat banyak peneliti melakukan penelitian dan diskusi lebih lanjut mengenai praktik tanggung jawab sosial. Penelitian mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan oleh peneliti-peneliti, baik dari dalam maupun luar negeri, seperti; Haryudanto (2011), Widyatmoko (2011), Wardani (2013), Mukti dan Kurnia (2015), Aini (2015), Putri (2016), Sunaryo (2016), Pitoyo (2016), Ashsifa (2016), Istiana (2016), dan Timur (2017) yang meneliti mengenai pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Perbedaan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada tiap perusahaan dikarenakan setiap perusahaan memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Veronica (2011) menyatakan bahwa semakin kuat karakteristik yang dimiliki perusahaan dalam menghasilkan tanggung jawab sosial maka akan semakin kuat pula pemenuhan tanggung jawab sosialnya. Dalam hal ini, karakteristik perusahaan yang akan diteliti adalah *size* (ukuran perusahaan), *leverage*, dan profitabilitas.

Size atau ukuran perusahaan berkaitan dengan besar atau kecilnya suatu entitas bisnis. Besar kecilnya suatu perusahaan dapat diukur dari total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin besar *size* perusahaan, maka akan semakin besar pula popularitas perusahaan di mata publik. Informasi mengenai perusahaan akan cenderung mudah untuk didapatkan oleh

masyarakat. Kompleks dan banyaknya aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan besar, maka akan mengakibatkan dampak yang lebih besar pula terhadap masyarakat. Ukuran perusahaan atau *size* selalu dikaitkan dengan *agency theory*. Widyatmoko (2011) menyatakan bahwa perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan lebih besar akan mengungkapkan informasi lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, oleh karena itu perusahaan kecil tidak lebih banyak mengungkapkan informasi dibandingkan dengan perusahaan besar.

Selain *size*, karakteristik perusahaan dapat diukur dengan melihat tingkat leverage. *Leverage* berkaitan dengan struktur modal yang dimiliki oleh perusahaan, yakni perbandingan dari permodalan yang diperoleh perusahaan dari luar dan yang dimiliki oleh internal perusahaan. Suatu organisasi perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi berarti akan sangat bergantung pada pihak eksternal dalam pembiayaan perusahaan, sehingga perusahaan akan lebih banyak berhubungan dengan pihak eksternal. Oleh karena itu, demi mendapatkan citra baik di mata investor, suatu perusahaan akan melakukan pengungkapan lebih banyak jika dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* lebih rendah.

Karakteristik perusahaan lain yang juga diuji untuk menjelaskan variasi suatu *corporate social responsibility disclosure* adalah tingkat profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan untuk mendapatkan laba atas proses kinerja, aktivitas, dan operasional perusahaan dalam periode tertentu. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi menganggap bahwa

tidak perlu lagi mencantumkan informasi-informasi mengenai sosial perusahaan, karena para pemegang saham sudah terfokus dengan tingkat profitabilitas yang tinggi. Sebaliknya, perusahaan dengan tingkat profitabilitas rendah agar dapat dilirik oleh investor, maka perlu mengungkapkan informasi-informasi yang dapat dijadikan nilai tambah tersendiri di mata para investor agar tetap mau menanamkan modalnya di perusahaan tersebut.

Penelitian-penelitian terdahulu telah mencoba untuk meneliti pengungkapan tanggung jawab sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, namun diantara penelitian-penelitian tersebut terdapat inkonsistensi hasil, sehingga penelitian lanjutan sangat diperlukan. Penelitian dilakukan dengan menguji ulang dan mengganti dengan sampel dan periode penelitian yang berbeda. Periode penelitian yang diperbaharui akan menambah keakuratan hasil penelitian. Jenis dan populasi sampel yang sangat terbatas pada penelitian sebelumnya membuat penarikan kesimpulan dan prediksi menjadi kurang kuat.

Pemilihan industri pertambangan sebagai objek penelitian dikarenakan industri pertambangan adalah industri *high profile* yang aktivitas operasinya banyak mendapatkan sorotan dari masyarakat. Di samping itu, Indonesia adalah negara kaya yang alamnya memiliki kandungan bahan galian tambang luar biasa. Terangkatnya kembali isu-isu mengenai perusahaan-perusahaan pertambangan besar yang muncul ke permukaan mendorong peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Dari uraian tersebut, maka judul yang diambil adalah “**Pengaruh Manajemen Laba, *Size*, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang *Listing* di BEI)**”.

Penelitian ini merupakan kompilasi dari penelitian yang dilakukan oleh Haryudanto (2011), Widyatmoko (2011), Mukti dan Kurnia (2015), dan Timur (2017) mengenai pengaruh manajemen laba dan karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Karakteristik perusahaan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah *size*, *leverage*, dan profitabilitas. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu terdapat inkonsistensi hasil, oleh karena itu penelitian lebih lanjut mengenai variabel-variabel tersebut perlu dilakukan. Pembaruan periode pengambilan sampel dan memperbanyak sampel pada penelitian ini akan membuat penarikan kesimpulan yang lebih akurat.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Ada banyak faktor yang memengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, dari beberapa faktor tersebut diantaranya adalah manajemen laba, *size*, *leverage*, dan profitabilitas.

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

1. Apakah manajemen laba berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial?

2. Apakah *size* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial?
3. Apakah *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial?
4. Apakah profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memperoleh bukti empiris mengenai:

1. Pengaruh manajemen laba terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
2. Pengaruh *size* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
3. Pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
4. Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat praktis

1) Penelitian ini diharapkan dapat menyediakan bukti empiris adanya kesadaran perusahaan dalam menerapkan tanggung jawab sosial demi kemajuan perusahaan itu sendiri sehingga perusahaan dapat bertahan lama dan berkelanjutan (*sustainable*).

2) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan

sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan investor dalam berinvestasi pada suatu perusahaan.

3) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi penting mengenai kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan hak sosial dari perusahaan.

2. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya pada bidang ilmu akuntansi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.