

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Informasi merupakan kebutuhan yang mendasar bagi para investor dan calon investor untuk pengambilan keputusan. Adanya informasi yang lengkap, akurat serta tepat waktu memungkinkan investor untuk melakukan pengambilan keputusan secara rasional sehingga hasil yang diperoleh sesuai yang diharapkan (Sembiring, 2006). Dari perspektif ekonomi perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan (Yuniasih, 2008). Banyak pendapat yang mengatakan bahwa perusahaan akan mengungkapkan semua informasi yang diperlukan dalam rangka menjalankan fungsi pasar modal. Pendukung pendapat ini menyatakan bahwa jika suatu informasi tidak diungkapkan hal ini disebabkan informasi tersebut tidak relevan bagi investor (Chariri dan Ghozali, 2007).

Menurut Undang – Undang Pasar Modal No. 8 tahun 1995 pasal 1: Informasi atau fakta material adalah informasi atau fakta penting dan relevan mengenai peristiwa, kejadian atau fakta yang dapat mempengaruhi harga efek pada Bursa Efek, dan atau keputusan pemodal, calon pemodal atau pihak lain yang berkepentingan atas informasi atau fakta tersebut. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu pengungkapan wajib *mandatory disclosure* dan pengungkapan sukarela *voluntary disclosure* (Devina, 2004). Pengungkapan wajib merupakan

pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh peraturan yang berlaku, khususnya bagi perusahaan yang telah melakukan penawaran umum dan perusahaan yang telah *go public*. Sedangkan pengungkapan sukarela merupakan pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan secara sukarela tanpa diharuskan oleh peraturan yang berlaku atau pengungkapan melebihi yang diwajibkan (Amalia, 2005).

Dalam pengungkapan sukarela, informasi yang diungkapkan lebih ditujukan untuk meningkatkan minat investor pada perusahaan. Salah satu informasi yang diungkapkan tersebut adalah informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Guthrie dan Mathews (1985), tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah. Sejak tanggal 23 September 2007, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility disclosure*) mulai diwajibkan di Indonesia melalui UU Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74, khususnya untuk perusahaan – perusahaan yang hidup dari ekstraksi sumber daya alam.

Munculnya *corporate social responsibility* (CSR) tidak terlepas dari adanya pergeseran filosofis pengelolaan organisasi entitas bisnis. Pengelolaan organisasi yang semula didasarkan pada teori keagenan *agency theory* yaitu tanggung jawab perusahaan yang hanya berorientasi kepada pengelola (agen) dan pemilik mengalami perubahan kepada pandangan

manajemen modern yang didasarkan pada teori *stakeholders*, yaitu terdapatnya perluasan tanggung jawab perusahaan dengan dasar pemikiran bahwa pencapaian tujuan perusahaan sangat berhubungan erat dengan pola lingkungan sosial dimana perusahaan berada (Rizal, 2010).

Penelitian – penelitian sebelumnya yang menyatakan adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan sosial perusahaan diungkapkan oleh Devina (2004), Amalia (2005), Sembiring (2006), Darwis (2009) Apriwenni (2009) dan Rahman (2008). Hasil yang berbeda dikemukakan oleh Anggraini (2006) dan Achmad (2007) dalam penelitiannya, yang tidak menemukan adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi luas pengungkapan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar cenderung akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut (Eddy, 2005).

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga mampu meningkatkan nilai pemegang saham perusahaan. Profitabilitas yang tinggi akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program *CSR*. Penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, menunjukkan hasil yang berbeda. Menurut Devina (2004) profitabilitas memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab

sosial perusahaan. Hal ini juga dibuktikan Zaleha (2005) dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pula pengungkapan informasi sosial-nya. Namun, hal berbeda di temukan oleh Sembiring (2006) dan Darwis (2009) yang menyatakan adanya pengaruh negatif tidak signifikan dari profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan menurut Anggraini (2006) dan Apriwenni (2009), profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Umur perusahaan biasa dikaitkan dengan pengungkapan *corporate social responsibility*. Umur perusahaan dapat dilihat dari awal berdirinya perusahaan hingga saat perusahaan dijadikan sampel penelitian (Santioso dan Denova, 2012). Umur perusahaan diperkirakan memiliki hubungan positif dengan pengungkapan sukarela dengan alasan bahwa perusahaan yang berumur lebih tua akan lebih mengerti pentingnya pelaksanaan tanggung jawab sosial yang akhirnya menghasilkan *return* bagi perusahaan. Selain itu umur perusahaan juga menunjukkan bahwa perusahaan bisa tetap eksis dan mampu bersaing. Hal ini sesuai dengan penelitian Untari (2010) yang menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap *CSR*. Tetapi hal ini tidak sejalan dengan penelitian Utami dan Rahmawati (2008), hasil penelitiannya membuktikan bahwa tidak ada pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Disisi lain, agar sebuah perusahaan dapat mencapai tujuannya secara maksimal dan berkelanjutan maka dibutuhkan tata kelola perusahaan

yang baik (*Good Corporate Governance*). *Good Corporate Governance* merupakan suatu system dan seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara berbagai pihak yang berkepentingan terutama dalam arti sempit hubungan antara pemegang saham dan dewan komisaris serta dewan direksi demi tercapainya tujuan korporasi (Wibisono, 2007). *GCG* memiliki lima prinsip yaitu *transparency*, *accountability*, *responsibility*, *independency*, dan *fairness*. Menurut Wibisono (2007), *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu implementasi dari penerapan *Good Corporate Governance* dalam perusahaan. Pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* dapat menumbuhkan suatu gambaran yang positif bagi masyarakat, terutama masyarakat yang berfungsi sebagai konsumen dan masyarakat sebagai pemodal.

Dengan semakin positifnya gambaran atau citra perusahaan maka perusahaan akan semakin mudah berkembang karena bisnisnya semakin mendapat kepercayaan dari masyarakat, apalagi dengan didukung oleh *Good Corporate Governance* yang baik. Penerapan *GCG* dalam *CSR* diungkapkan dalam dua sudut pandang berbeda yakni : Kepemilikan Institusional dan Komposisi Dewan Komisaris. Kepemilikan institusional adalah kepemilikan jumlah saham perusahaan oleh lembaga keuangan non bank, dimana lembaga tersebut mengelola dana atas nama orang lain, lembaga – lembaga tersebut dapat berupa perusahaan reksa dana, perusahaan dana pension, perusahaan asuransi, perusahaan investasi dan yayasan swasta, wakaf atau badan besar

lainnya yang mengelola dana atas nama orang lain. Dengan demikian hal ini mungkin berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR* perusahaan.

Dalam penerapannya komposisi dewan komisaris dapat diartikan sebagai suatu lembaga pengawas bagi manajemen dalam perusahaan, jadi semakin besar dewan komisaris dalam suatu perusahaan maka semakin besar pula tekanan terhadap manajemen yang akan mengakibatkan semakin tingginya pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian terkait mengenai penerapan *Good Corporate Governance* terhadap pengungkapan *CSR*, telah dilakukan oleh Nurkhim (2010) yang menyatakan bahwa penerapan *GCG* dengan menggunakan kepemilikan institusional tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sementara komposisi dewan komisaris independen terbukti secara signifikan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Putra (2013) menyatakan bahwa komposisi dewan komisaris dan kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Atas dasar penelitian tersebut, maka penulis ingin mengetahui **Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Umur Perusahaan, Kepemilikan Institusional dan Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Study Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di *Bursa Efek Indonesia* (BEI) tahun 2014 – 2016).**

Penelitian ini merupakan Kompilasi dari penelitian Utami dkk (2009) dan Purnasiwi (2011) akan tetapi peneliti menambahkan beberapa variable lain yaitu Umur Perusahaan dan Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) Kepemilikan Institusional dan Komposisi Dewan Komisaris, peneliti juga memfokuskan penelitiannya pada perusahaan manufaktur yang terdapat di *Bursa Efek Indonesia* (BEI) tahun 2014 – 2016.

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah yang akan diteliti dan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
2. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
3. Apakah Umur Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
4. Apakah Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
5. Apakah Dewan Komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Memberikan bukti empiris mengenai pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
2. Memberikan bukti empiris mengenai pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
3. Memberikan bukti empiris mengenai pengaruh Umur Perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
4. Memberikan bukti empiris mengenai pengaruh Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) Kepemilikan Institusional terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
5. Memberikan bukti empiris mengenai pengaruh Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) Komposisi Dewan Komisaris terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan bisa sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia* (BEI) dan sebagai sarana pengembangan

ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari penulis selama perkuliahan.

## **2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan pengetahuan tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan agar dapat mengaplikasikannya di dunia kerja mendatang, serta penelitian ini dilakukan guna untuk memenuhi syarat suatu studi.
- b. Bagi Perusahaan dan Calon Investor, hasil dari penelitian ini semoga dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan – perusahaan yang ada di *Bursa Efek Indonesia* (BEI) agar membuat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), guna memperbagus citra perusahaannya dimata para investor. Dan bagi pada investor agar dapat menjadi pertimbangan dalam membuat keputusan saat berinvestasi.
- c. Bagi Peneliti Selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau referensi untuk penelitian selanjutnya.