

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Seiring dengan peradaban yang semakin modern eksistensi suatu perusahaan atau dunia bisnis akan terus menjadi sorotan. Kegiatan bisnis yang dilakukan perusahaan dimana perusahaan yang bergerak pada pemanfaatan sumber daya alam baik secara langsung maupun tidak langsung tentunya memiliki dampak bagi lingkungan seperti menimbulkan polusi, limbah, maupun keamanan produk yang dihasilkan dan tenaga kerja. Adanya dampak yang dihasilkan perusahaan, maka membuat masyarakat menyadari pentingnya perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial atau dengan istilah lain yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Konsep *Corporate Social Responsibility* berawal dari munculnya *community development* atau pemberdayaan masyarakat. *Community development* memiliki program yang didedikasikan kepada kesejahteraan masyarakat, peningkatan pendidikan, peningkatan kesejahteraan pekerja dan berbagai kelembagaan yang di perkuat dengan dasar infrastruktur yang tersedia sehingga program yang dilakukan dapat mencegah terjadinya konflik antara perusahaan dengan lingkungan sosial.

Corporate Social Responsibility merupakan sebuah gagasan dimana perusahaan tidak hanya melakukan tanggung jawab sosial yang bertumpu pada *single bottom lines*, akan tetapi merupakan sebuah perrefleksian dari nilai

perusahaan dalam kondisi keuangannya perusahaan yang harus berdasar pada *triple bottom lines*. *Triple bottom lines* yaitu perusahaan tidak hanya pada kondisi keuangannya saja tetapi tanggung jawab perusahaan juga pada sosial dan lingkungan. Kondisi keuangan saja tidak cukup untuk menjamin nilai perusahaan untuk tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan. Perusahaan dapat memperoleh jaminan kelangsungan hidup perusahaan ketika perusahaan telah memperhatikan segi sosial dan lingkungan hidup. Apabila sebuah perusahaan telah dapat mengimplementasikan prinsip *triple bottom lines*, maka akan menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya mengedepankan kelangsungan ekonomi perusahaannya akan tetapi juga untuk menjalankan kegiatan sosial dan lingkungan karena perusahaan harus dapat melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosial dimana perusahaan tersebut berdiri.

Setiap perusahaan tentu ingin memperoleh laba yang setinggi-tingginya. Akan tetapi banyaknya fenomena yang terjadi saat ini yaitu dimana perusahaan dalam proses pengoperasiannya baik disadari maupun tidak menimbulkan dampak yang negatif terhadap lingkungan seperti pembuangan limbah ke sungai, polusi udara dan sebagainya sehingga menyebabkan kerusakan baik udara dan air. Semestinya perusahaan dalam proses operasinya tetap menjaga lingkungan sekitar perusahaan bahkan mendukung dan berpartisipasi dalam berbagai kegiatan yang dilakukan untuk menjaga keseimbangan alam dimana hal ini dapat ditunjukkan sebagai bentuk tanggungjawab perusahaan terhadap masyarakat. Menurut Sugiarti dan Asyik

(2013) menyatakan bahwa Implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah menjadi strategi jangka panjang manajemen perusahaan dalam menciptakan nama baik perusahaan. Hal ini sangat penting karena berkaitan dengan pemasaran produk, selain itu pula untuk menarik kepercayaan para investor dan masyarakat. Namun, dalam kenyataan di dunia bisnis, tidak semua perusahaan di Indonesia yang sudah menerapkan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR). Ketidakpedulian terhadap lingkungan sosial dapat menimbulkan rintangan bagi perusahaan berupa tekanan sosial dan pandangan negatif yang dapat menghancurkan nama baik perusahaan dan dapat menghambat aktifitas operasional perusahaan.

Di Indonesia wacana mengenai CSR mulai muncul pada tahun 2001, namun sebelum wacana ini muncul telah banyak perusahaan yang melakukan CSR, akan tetapi pengungkapan dalam pelaporan mengenai CSR perusahaan masih sangat sedikit. Hal ini bisa terjadi karena belum adanya sarana pendukung seperti standar pelaporan, tenaga terampil (baik penyusun laporan maupun auditornya). Di samping itu, sektor pasar modal Indonesia juga masih kurang mendukung dengan belum adanya penerapan indeks yang memasukkan kategori saham-saham perusahaan yang telah mempraktikkan CSR.

Pemerintah Indonesia memberikan tanggapan yang baik mengenai pelaksanaan CSR perusahaan dengan menganjurkan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial (*social responsibility*) yang tertuang dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, pasal 74

ayat 1 Undang-undang tersebut menyebutkan bahwa "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan". Dalam Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, pasal 15 (b) menyatakan bahwa "setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan". Selain itu, terdapat pada Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan Perseroan Terbatas, pasal 6 bahwa "Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dimuat dalam laporan tahunan". Hal ini juga harus sesuai dengan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) yang merupakan pedoman dalam melakukan praktek akuntansi dimana uraian materi di dalamnya mencakup hampir semua aspek yang berkaitan dengan akuntansi, yang dalam penyusunannya melibatkan sekumpulan orang dengan kemampuan dalam bidang akuntansi yang tergabung dalam suatu lembaga yang dinamakan Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). Selain itu, pengungkapan informasi pelaksanaan kegiatan CSR telah dianjurkan dalam PSAK No.1 paragraf 9 tahun 2009 mengenai pengungkapan dampak lingkungan.

Munculnya peraturan tersebut menimbulkan pro dan kontra antara pengusaha dan pemerintah. Para pengusaha menyatakan bahwa dalam pelaksanaan CSR tidak dapat dipaksakan karena pelaksanaan CSR merupakan program yang bersifat sukarela dan menjadi bagian dari strategi perusahaan. Pemerintah mewajibkan perseroan untuk menyisihkan dana

untuk CSR dimana hal ini akan merugikan kepentingan pemegang saham karena akan meningkatkan biaya (*cost*) dan menurunkan laba perseroan.

Setiap perusahaan memiliki tujuan jangka panjang untuk mengoptimalkan nilai perusahaan. Jensen dalam Rawi dan Muchlish (2010) menyatakan bahwa untuk memaksimalkan nilai perusahaan dalam jangka panjang manajer dituntut untuk membuat keputusan yang memperhitungkan kepentingan semua *stakeholder*, sehingga manajer akan dinilai kinerjanya berdasarkan kemampuan mencapai tujuan atau mampu mengimplementasi strategi untuk mencapai tujuan ini. Penyatuan kepentingan pemegang saham, *deptholders* dan manajemen terhadap tujuan perusahaan sering kali menimbulkan masalah-masalah, hal ini terjadi karena dipengaruhi oleh struktur kepemilikan (kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional).

Kepemilikan manajerial memperoleh keuntungan atas pengungkapan CSR dari pemegang saham lainnya, manajemen harus memiliki peranan dalam penetapan tingkat pengungkapan CSR karena semakin luas pengungkapan CSR, maka dapat meningkatkan *image* perusahaan sehingga perusahaan dapat terhindar dari konflik social dan lingkungan. Demsetz dan Fama dalam Purwanto (2011) menyatakan bahwa tingkat kepemilikan yang tinggi cenderung untuk tetap bertahan, dimana manajemen melakukan CSR dengan mudah. Hasil penelitian Rawi (2010) dan Eriandani (2013) dalam penelitiannya menemukan pengaruh positif kepemilikan manajerial terhadap CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Barnea dan Rubin dalam Rawi dan

Muchlish (2010) dan Mulyadi (2011) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap CSR.

Selain itu kepemilikan lainnya adalah kepemilikan institusional, dimana kepemilikan institusional yang dimiliki investor insitusi dapat membantu dalam proses *monitoring* perusahaan secara efektif. Perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar mengindikasikan bahwa kemampuannya dalam memonitor suatu perusahaan sehingga dapat mencegah tindakan pemborosan dari pemanfaatan aktiva yang dimiliki perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rawi (2010) dan Zhulaikha (2012) menemukan pengaruh positif antara kepemilikan institusional dengan pengungkapan CSR. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rawi (2010) bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap CSR. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mulyadi (2011) dan Eriandani (2013) dalam penelitiannya tidak menemukan pengaruh yang signifikan antara kepemilikan institusional dengan pengungkapan CSR.

Ukuran perusahaan (*size*) dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan perusahaan. Secara umum, perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil dimana semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin besar pula pengungkapan CSR perusahaan agar terhindar dari resiko politis yang lebih besar. Sebaliknya, semakin kecil perusahaan maka tekanan yang dihadapi juga rendah. Selain itu, bahwa profitabilitas suatu perusahaan tidak terhindar dari

ukuran perusahaan baik perusahaan yang secara langsung maupun yang tidak langsung menggunakan sumber daya alam dalam operasi perusahaannya maka perusahaan melakukan pengungkapan CSR dengan tujuan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaannya. Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) dan Mulyadi (2011) menemukan adanya pengaruh positif Ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun hasil berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Anggraini (2006) menyatakan bahwa tidak menemukan adanya pengaruh Ukuran perusahaan terhadap CSR.

Profitabilitas yang diperoleh suatu perusahaan merupakan kemampuan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Profitabilitas adalah faktor yang membuat manajemen dapat lebih bebas dan fleksibel dalam pengungkapan tanggung jawaban sosial kepada pemegang saham, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas maka manajemen akan semakin banyak mengungkapkan informasi sosial. Meningkatnya pemegang saham dalam perusahaan mengindikasikan bahwa perusahaan juga memperoleh profit yang tinggi. Semakin tinggi profit suatu perusahaan, maka perusahaan berpeluang untuk memperoleh pinjaman dari pihak eksternal perusahaan (kreditur). Oleh karena itu, perusahaan dalam membiayai aktivitas perusahaan seringkali memperoleh pinjaman baik dari modal sendiri maupun dari pihak eksternal perusahaan (kreditur) sehingga *leverage* perusahaan semakin meningkat. Tingkat *leverage* perusahaan mengindikasikan adanya resiko keuangan perusahaan. Semakin tinggi *leverage* perusahaan, maka

perusahaan cenderung untuk tidak melakukan pengungkapan CSR karena akan terjadi sorotan dari para pemilik. Penelitian Sembiring (2005) dan Mulyadi (2011) mendukung hubungan antara profitabilitas dengan CSR. Sedangkan penelitian yang dilakukan Nur dan Priantinah (2012) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR.

Leverage merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan pada kreditur dalam membiayai *asset* perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* yang tinggi berarti sangat tergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Karena dengan meningkatnya *leverage* perusahaan maka tanggung jawab sosial dan lingkungan semakin berkurang. Dengan terbatasnya tanggung jawab sosial akibat adanya *leverage* perusahaan menyebabkan *profile* perusahaan juga menjadi tidak terpublikasikan sehingga pandangan masyarakat mengenai informasi perusahaan menjadi rendah. Sembiring (2005) tidak menemukan pengaruh signifikan antara *leverage* dengan luasnya CSR. Sedangkan Rawi dan Muchlish (2010), Mulyadi (2011) dan Eriandani (2013) menemukan adanya pengaruh negatif antara *leverage* dengan CSR.

Profile perusahaan merupakan suatu pandangan masyarakat mengenai karakteristik yang terdapat pada perusahaan berkaitan dengan bidang usaha, risiko usaha, karyawan yang dimiliki dan lingkungan suatu perusahaan. *Profile* perusahaan dengan kategori *high-profile* akan lebih banyak mendapat sorotan dari masyarakat luas dibandingkan dengan perusahaan *low-profile* karena perusahaan dengan kategori *high-profile* perusahaan itu dianggap

mampu bersaing dengan perusahaan lain dan lebih mendapat tekanan dari pihak kepentingan umum serta memiliki visibilitas konsumen dan resiko yang tinggi terhadap lingkungan. Sementara perusahaan dengan kategori *low-profile* tidak terlalu diperhatikan oleh masyarakat luas akibatnya visibilitas masyarakat dan resiko yang lebih rendah. Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) dan Anggraini (2006) menemukan bahwa *profile* berpengaruh positif terhadap CSR, berbeda dengan hasil penelitian Sari (2012) yang tidak menemukan hubungan antara *profile* terhadap CSR.

Berbagai penelitian tentang praktek pengungkapan yang terkait dengan CSR memiliki berbagai macam hasil penelitian. Seperti dalam pengungkapan *profile* yang merupakan variabel yang digunakan untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan adanya inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya sehingga peneliti tertarik untuk menguji kembali penelitian dengan judul "Pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, Ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan *Profile* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*". Penelitian ini merupakan kompilasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mulyadi (2011) dan Eriandani (2013). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian yang sebelumnya yaitu peneliti menambahkan variabel *Profile*. Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) dan Anggraini (2006) menemukan bahwa *profile* berpengaruh positif terhadap CSR, berbeda dengan hasil penelitian Sari (2012) yang tidak menemukan hubungan antara *profile* terhadap CSR.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat dirumuskan rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap CSR?
2. Apakah kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap CSR?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR?
4. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR?
5. Apakah *leverage* berpengaruh negatif terhadap CSR?
6. Apakah *profile* berpengaruh positif terhadap CSR?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian dalam penelitian ini untuk memberikan bukti empiris:

1. Pengaruh positif kepemilikan manajerial terhadap CSR
2. Pengaruh positif kepemilikan institusional terhadap CSR
3. Pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap CSR
4. Pengaruh positif profitabilitas terhadap CSR
5. Pengaruh negatif *leverage* terhadap CSR
6. Pengaruh positif *Profile* terhadap CSR

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat penelitian ini meliputi:

1. Bidang Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya pada bidang ilmu akuntansi yaitu mengenai pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan *profile* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dan diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan dalam riset-riset yang akan datang.

2. Bidang Praktik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu manajemen perusahaan dan para pemakai laporan keuangan dalam penyelenggaraan perusahaan terutama di bidang akuntansi mengenai pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan *profile* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.