

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perusahaan merupakan bagian dari masyarakat dan lingkungan, sehingga keberadaannya tidak bisa terlepas dari masyarakat dan lingkungan. Perusahaan tidak boleh mengembangkan diri sendiri tanpa memperhatikan kepentingan masyarakat dan lingkungan. Dampak dari aktivitas perusahaan tidak hanya dirasakan oleh pihak yang terkait langsung dengan perusahaan tetapi juga dirasakan oleh masyarakat sekitar. Keberadaan dan dampak aktivitas perusahaan seringkali bertentangan bahkan merugikan kepentingan pihak lain. Perbedaan kepentingan tersebut jika tidak segera ditindak lanjuti maka dapat mempengaruhi aktivitas dan eksistensi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan seharusnya tidak hanya berfokus pada kepentingan internal perusahaan saja, tetapi juga mencermati kepentingan pihak-pihak eksternal perusahaan.

Selain bertujuan untuk memperoleh profit atau laba, perusahaan juga dituntut untuk memperhatikan faktor lingkungan dan sosial. Sudah banyak sekali kerusakan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas perusahaan seperti penebangan liar, pembakaran hutan, pencemaran udara, pencemaran air, efek rumah kaca dan lain sebagainya. Hal ini seharusnya menjadi tanggung jawab perusahaan kepada pihak-pihak yang berkaitan langsung dengan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus melakukan tanggung jawab sosial sebagai kompensasi atas aktivitas-aktivitas yang berdampak pada lingkungan dan sosial.

Tanggung jawab sosial perusahaan ini disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR adalah bentuk tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan perhatian serta kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat, baik yang berhubungan langsung dengan aktivitas perusahaan maupun yang tidak berhubungan langsung dengan aktivitas perusahaan. Konsep CSR ini berangkat dari harapan masyarakat mengenai peran perusahaan dalam mengatasi masalah lingkungan dan sosial.

Dalam konteks agama islam, CSR adalah praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara islami. Perusahaan memasukan norma-norma agama islam yang ditandai dengan adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial di dalam operasinya. Dengan demikian, praktik bisnis dalam kerangka CSR Islami mencakup serangkaian kegiatan bisnis dalam bentuknya. Meskipun tidak dibatasi jumlah kepemilikan barang, jasa serta profitnya, namun cara-cara untuk memperoleh dan pendaayagunaannya dibatasi oleh aturan halal dan haram oleh syariah (Suharto,2010).

وَالْمَلَائِكَةُ الْآخِرِ وَالْيَوْمِ بِاللَّهِ أَمَنْ مَنْ الْبِرِّ وَلَكِنَّ وَالْمَغْرِبِ الْمَشْرِقِ قِبَلَ وَجُوهَكُمْ تُولُّوا أَنْ الْبِرِّ لَيْسَ
الرَّقَابِ وَفِي وَالسَّائِلِينَ السَّبِيلِ وَابْنِ وَالْمَسَاكِينَ وَالْيَتَامَى الْقُرْبَى ذَوِي حُبِّهِ عَلَى الْمَالِ وَأَتَى وَالنَّبِيِّينَ وَالْكِتَابِ
أُولَئِكَ الْبِئْسَ وَحِينَ وَالضَّرَّاءِ الْبِئْسَاءِ فِي وَالصَّابِرِينَ عَاهَدُوا إِذَا هَدَاهُمْ وَالْمُؤْمِنُونَ الزَّكَاةَ وَأَتَى الصَّلَاةَ وَأَقَامَ
الْمُتَّقُونَ هُمْ وَأُولَئِكَ صَدَقُوا الَّذِينَ (QS. Al Baqarah:177)

Artinya : *“bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi Sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah,*

hari Kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. mereka Itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka Itulah orang-orang yang bertakwa”

Dari ayat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa Islam adalah agama yang mengedepankan pentingnya nilai-nilai sosial di masyarakat ketimbang hanya sekedar menghadapkan wajah kita ke barat dan ke timur dalam shalat. Tanpa mengesampingkan akan pentingnya shalat dalam Islam, Al Quran mengintegrasikan makna dan tujuan shalat dengan nilai-nilai sosial. Di samping memberikan nilai keimanan berupa iman kepada Allah SWT, Kitab-Nya, dan Hari Kiamat, Al Quran menegaskan bahwa keimanan tersebut tidak sempurna jika tidak disertai dengan amalan-amalan sosial berupa kepedulian dan pelayanan kepada kerabat, anak yatim, orang miskin, dan musafir serta menjamin kesejahteraan mereka yang membutuhkan.

Kewajiban untuk melaksanakan CSR juga tertuang dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 pasal 1 ayat 3 tentang Perseroan Terbatas yang telah disahkan pada tanggal 20 Juli 2007, dimana perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib

melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR ini terdapat didalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) Pasal 41 ayat (1) yang menyatakan: “Barang siapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah. Meskipun beberapa peraturan sudah ditetapkan dalam pelaksanaan dan pelaporan CSR, namun peraturan-peraturan tersebut tidak memberikan pedoman secara khusus mengenai bagaimana dan informasi apa saja yang harus dilaporkan oleh perusahaan mengenai pelaksanaan CSR, sehingga pengungkapan yang relevan dengan pelaksanaan CSR masih dirasa kurang oleh para *stakeholders*. Berdasarkan hal tersebut, peneliti berusaha untuk menemukan faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR

Menurut Daniri (2010) tanggung jawab perusahaan sudah harus berpegang pada *triple bottom lines reporting* yaitu tanggung jawab perusahaan harus didasarkan pada aspek-aspek sosial, lingkungan, dan keuangan sehingga setiap perusahaan diwajibkan untuk mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR. Apabila prinsip *triple bottom line reporting* dapat diimplementasikan dengan baik, maka akan menunjukkan bahwa akuntabilitas perusahaan tidak hanya untuk pelaksanaan kegiatan ekonomi mereka, tetapi juga untuk pelaksanaan kegiatan sosial dan lingkungan.

Teori *stakeholders* menjelaskan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholders*. Oleh karena itu, pengungkapan sosial harus dianggap sebagai wujud komunikasi antara manajemen dengan *stakeholders* (Indrawati, 2009). Praktik pengungkapan CSR memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan karena perusahaan hidup di lingkungan masyarakat dan aktivitasnya memiliki dampak bagi lingkungan dan sosial. Perusahaan harus senantiasa memperhatikan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai bentuk jaminan dan usaha perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan CSR dilakukan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi masyarakat dimana perusahaan itu didirikan. Menurut Hadi (2011) legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam mengembangkan perusahaan dalam jangka panjang. Hal itu, dapat dijadikan sebagai media untuk membangun strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk mempertahankan keberlangsungan perusahaan (*going concern*).

Variabel media *exposure*, ukuran perusahaan, *leverage* dan struktur kepemilikan saham, merupakan faktor-faktor yang diduga memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Media merupakan sarana bagi perusahaan untuk berkomunikasi dengan para *stakeholders*-nya, melalui media perusahaan dapat

membagikan informasi yang menurut manajer penting untuk dipublikasikan sehingga akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan itu sendiri. Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan untuk menilai besar kecilnya suatu entitas bisnis. Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat mempengaruhi pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka karena semakin besar entitas bisnis tersebut maka semakin besar tanggung jawab yang harus diungkapkan. *Leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan bergantung pada kreditur/investor dalam membiayai aktivitas perusahaannya. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman dari luar untuk membiayai aset serta aktivitas perusahaan. Struktur kepemilikan saham berkaitan dengan perbandingan jumlah saham yang dimiliki oleh pemerintah dengan jumlah saham yang dimiliki oleh investor. Dalam penelitian ini struktur kepemilikan saham diproksikan menjadi struktur kepemilikan konstitusional dan struktur kepemilikan asing.

Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia menghasilkan hasil-hasil yang beragam dan menarik untuk dikaji lebih dalam. Kristi (2012) melakukan penelitian terhadap semua perusahaan publik yang terdapat di Indonesia. Kristi menggunakan 4 variabel independen yaitu Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur kepemilikan saham dan Media Exposure. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan media exposure memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan Profitabilitas dan Struktur kepemilikan

saham tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Penelitian tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan Yuliani (2014) yang menunjukkan bahwa kepemilikan saham tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR. Namun tidak didukung oleh penelitian Kurniangningsih (2013) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Purnasiswi dan Sudarrno (2011) melakukan penelitian terhadap perusahaan yang terdaftar di BEI dengan menggunakan 3 variabel yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan variabel profitabilitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Penelitian tersebut didukung oleh Ale (2014) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Namun tidak didukung oleh penelitian Kurniangningsih (2013) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Motivasi peneliti untuk melakukan penelitian ini adalah masih banyak perusahaan yang belum melakukan pengungkapan kegiatan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR), padahal kegiatan ini merupakan kewajiban perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan dan masyarakat sesuai dengan peraturan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007

tentang Perseroan Terbatas (PT) yang telah disahkan pada tanggal 20 Juli 2007. Selain itu, pada penelitian-penelitian sebelumnya terdapat hasil yang tidak konsisten atau berubah-ubah dari tahun ke tahun sehingga membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Media Exposure, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Struktur Kepemilikan Saham terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2015.**” Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Kristi (2012) yang meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Kristi (2012) yaitu terdapat penambahan variabel berupa *leverage*. Perbedaan yang kedua yaitu terletak pada variabel struktur kepemilikan saham yang diproksikan menjadi struktur kepemilikan institusional dan struktur kepemilikan asing. Perbedaan yang ketiga adalah penelitian ini menggunakan Laporan Keuangan terbaru yaitu tahun 2013-2015 dari seluruh Perusahaan Manufaktur yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia.

B. Batasan Masalah

Pada penelitian ini, variabel yang digunakan oleh peneliti diantaranya adalah *Media Exposure*, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Struktur Kepemilikan Saham. Struktur kepemilikan saham dijelaskan dengan menggunakan beberapa variabel antara lain struktur kepemilikan institusional dan struktur kepemilikan asing.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang di peroleh adalah sebagai berikut :

1. Apakah *media exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
3. Apakah *leverage* positif berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
4. Apakah struktur kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
5. Apakah struktur kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menguji pengaruh media exposure terhadap pengungkapan CSR.
2. Untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR.
3. Untuk menguji pengaruh leverage terhadap pengungkapan CSR.
4. Untuk menguji pengaruh struktur kepemilikan institusional terhadap pengungkapan CSR.
5. Untuk menguji pengaruh struktur kepemilikan asing terhadap pengungkapan CSR

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menambah ilmu mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR khususnya faktor media *exposure*, ukuran perusahaan, *leverage* dan struktur kepemilikan saham.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi alternatif rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR).

2. Manfaat Praktik

- a. Bagi investor, dapat membantu sebagai wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.
- b. Bagi masyarakat, akan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.
- c. Bagi lembaga-lembaga pembuat peraturan/standar, misalnya Bapepam, IAI dan sebagainya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penyusunan standar akuntansi.