

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jalal (2013) dalam tulisan artikelnya mengatakan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan atau *Corporate social responsibility* sejak beberapa tahun belakangan seperti telah menjadi kosakata yang sangat populer di negeri ini. Topik tersebut bukan saja dibicarakan oleh kalangan perusahaan, akan tetapi turut serta pula masyarakat, organisasi masyarakat sipil, juga pemerintahan. Menurutnya, popularitas CSR tidak menjamin bahwa setiap pihak yang mengucapkannya itu paham betul atas substansi konsep tersebut.

Sebagai konsep global, CSR memang dimaknai sangat beragam. Selain itu Latifah, *et al*, (2011) berpendapat bahwa seiring dengan perkembangan sektor industri serta era globalisasi yang semakin pesat, maka persaingan yang berkaitan dengan *Competitive advantage* semakin tinggi, baik di dalam maupun luar negeri. Salah satu cara untuk dapat memenangkan persaingan tersebut adalah dengan menghasilkan produk yang berkualitas tinggi melebihi harapan pelanggan, namun peningkatan kualitas produk yang seringkali kurang seimbang dengan peningkatan kualitas lingkungan dan sosialnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Seperti yang telah dikemukakan Sembiring (2005) bahwa tumbuhnya kesadaran publik akan peran perusahaan di tengah masyarakat melahirkan kritik karena menciptakan

masalah sosial, polusi, sumber daya, limbah, mutu produk, tingkat *safety* produk, serta hak dan status tenaga kerja. Tekanan dari berbagai pihak memaksa perusahaan untuk menerima tanggung jawab atas dampak aktivitas bisnisnya terhadap masyarakat. Perusahaan dihimbau untuk bertanggung jawab terhadap pihak yang lebih luas dari pada kelompok pemegang saham dan kreditur saja.

Menurut Anggraini (2006) tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus (*good corporate governance*) semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram. Sehingga dalam hal ini menurut penulis selain pentingnya implementasi tanggungjawab sosial perusahaan, penyampaian informasi akan hal tersebut juga tidak kalah pentingnya.

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Wahyudi dan Azheri (2011) dalam Sholichah (2012) terdapat beberapa manfaat yang akan didapatkan perusahaan dari penerapan CSR, yaitu:

Tabel 1.1 Manfaat penerapan CSR bagi perusahaan

Manfaat CSR bagi perusahaan	%
Memelihara dan meningkatkan citra perusahaan	37,38
Hubungan baik dengan perusahaan	16,84
Mendukung optimalisasi perusahaan	10,28
Sarana aktualisasi perusahaan dan karyawan	8,88
Memperoleh bahan baku	7,48
Mengurangi gangguan masyarakat pada operasionalisasi perusahaan	5,61
Lainnya	13,5

Sumber: Wahyudi dan Azheri (2011) dalam Sholichah (2012)

Dalam *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* yang menyatakan bahwa:

"CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat atau pun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjaannya beserta seluruh keluarganya"

Anggraini (2006) dalam penelitiannya menyatakan bahwa perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal (investor dan kreditor) tetapi juga karyawan, konsumen serta masyarakat. Perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial terhadap pihak-pihak di luar manajemen dan pemilik modal.

Pian (2010) berpendapat bahwa perbedaan dalam memaknai tanggungjawab sosial atau CSR oleh perusahaan akan menyebabkan perbedaan implementasi antar perusahaan pula, tergantung bagaimana perusahaan tersebut memaknai tanggungjawab tersebut. Pelaporan tanggungjawab sosial perusahaan sendiri bersifat sukarela dan tidak ada sanksi yang diberikan secara langsung oleh *stakeholder*. Disinilah letak pentingnya pengaturan pengungkapan tanggungjawab sosial di Indonesia, agar memiliki daya atur, daya ikat, dan daya dorong. Pengungkapan yang semula bersifat *voluntary* perlu ditingkatkan menjadi yang lebih bersifat *mandatory*. Sebaiknya letaknya diakhir Regulasi diharapkan dapat memberikan kontribusi dunia usaha yang terukur dan sistematis dalam partisipasinya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebaliknya disisi lain,

masyarakat juga tidak dapat seenaknya melakukan tuntutan kepada perusahaan, apabila harapannya itu berada di luar batas aturan yang berlaku.

Seperti yang telah dijelaskan oleh Jalal (2012) serta Pian (2010) pada paragraf sebelumnya adanya dasar pemikiran mengenai CSR sebagai sebuah tanggungjawab sosial perusahaan kini semakin diterima sebagian besar masyarakat. Namun demikian, sebagai sebuah konsep yang masih relatif baru, sehingga CSR sendiri masih tetap kontroversial dengan pemaknaan yang sangat beragam baik. Kelompok yang menolak mengajukan argumen bahwa perusahaan adalah organisasi pencari laba (*profit oriented*) dan bukan person atau kumpulan orang seperti halnya dalam organisasi sosial. Perusahaan telah membayar pajak kepada Negara dan karenanya tanggungjawabnya untuk meningkatkan kesejahteraan publik telah diambil-alih pemerintah.

Anggraini (2006) menyatakan bahwa perusahaan akan mempertimbangkan biaya dan manfaat yang diperoleh dengan mengungkapkan informasi sosial. Bila manfaat yang diperoleh dengan mengungkapkan informasi tersebut lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan untuk mengungkapkannya maka perusahaan akan dengan sukarela mengungkapkan informasi tersebut. Regulasi terhadap pelaporan CSR dapat berperan penting untuk mendorong perusahaan menghasilkan laporan CSR. Namun, hingga kini di negara-negara maju pun masih menjadi perdebatan apakah perusahaan perlu diwajibkan mempublikasi laporan CSR atau diserahkan pada kesadaran perusahaan untuk mempublikasi laporan tersebut.

Di Indonesia, perlunya menjaga lingkungan dan tanggung jawab sosial telah diatur dalam UU Perseroan Terbatas No 40 pasal 74 tahun 2007 yang menjelaskan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha yang berhubungan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam Pasal 66 ayat 2c UU No. 40 tahun 2007, dinyatakan bahwa semua perseroan wajib untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan. Pengungkapan informasi pelaksanaan kegiatan CSR telah dianjurkan dalam PSAK No.1 tentang Penyajian Laporan Keuangan, bagian Tanggung jawab atas Laporan Keuangan paragraf 09 akan tetapi standar akuntansi keuangan tersebut belum mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial terutama informasi mengenai tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan, akibatnya yang terjadi di dalam praktik perusahaan hanya dengan sukarela mengungkapkannya.

Berbagai penelitian yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan hasil yang beragam. Sembiring (2005) dalam penelitiannya tidak berhasil mendukung teori legitimasi dalam pengaruh negatif profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Akan tetapi, hal ini mungkin sesuai dengan pendapat Kokubu *et. al.*, yang menyatakan bahwa *political visibility* perusahaan tergantung pada ukuran (*size*), bukannya pada profitabilitasnya. Sementara itu dalam penelitian Nasir dkk (2013) tidak berhasil menunjukkan hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial dan lingkungan perusahaan meskipun dalam teori agensi menyebutkan bahwa dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan

yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Di samping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan.

Wijaya (2012) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa ukuran dewan komisaris tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, hal tersebut menurutnya dikarenakan dewan komisaris merupakan wakil *shareholder* yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilakukan oleh manajemen, maka dewan komisaris akan membuat kebijakan menggunakan laba perusahaan untuk aktivitas operasional perusahaan yang lebih menguntungkan daripada melakukan aktivitas sosial. Sementara dalam penelitian Sembiring (2005) menyebutkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Seperti yang telah diungkapkan dalam paragraf sebelumnya, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam beberapa tahun ini telah banyak dibicarakan. Perusahaan-perusahaan seperti berlomba mengekspos diri dalam kegiatan yang berorientasi sosial, serta mencitrakan diri sebagai perusahaan yang peduli terhadap masalah lingkungan dan sosial. Dalam hal ini fungsi komunikasi menjadi sangat pokok dalam manajemen CSR. Penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dipengaruhi oleh banyak faktor dan dari penelitian terdahulu juga dapat diketahui bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial masih bersifat sukarela (*voluntary disclosure*).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang masih menyajikan beberapa kesimpulan yang berbeda, maka topik penelitian ini menurut penulis menarik untuk diteliti kembali untuk mengetahui mengenai hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi perusahaan untuk menunjukkan tanggung jawabnya terhadap kepentingan sosial maupun lingkungan dengan memberikan informasi sosial untuk mengungkapkan informasi sosial di dalam laporan keuangan tahunan pada perusahaan-perusahaan di Indonesia.

Adapun letak perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulunya adalah pada penggunaan obyek, penggunaan indeks CSR yang didasarkan pada GRI ISO 26000 tahun 2010 serta variabel independennya yang memiliki perbedaan pada masing-masing penelitian sebelumnya yaitu variabel pengungkapan media, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas, *leverage*.

Objek yang dipilih dalam penelitian ini adalah perusahaan *high profile* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. Menurut Hackston dan Milne (1996), perusahaan *high profile* adalah perusahaan dengan tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, tingkat risiko politik atau tingkat kompetisi yang ketat. Perusahaan yang tergolong dalam tipe perusahaan *high profile* pada umumnya mempunyai karakteristik: memiliki jumlah tenaga kerja yang besar dan dalam proses produksinya mengeluarkan residu seperti limbah cair atau polusi udara.

Contoh perusahaan yang termasuk dalam tipe ini adalah: industri perminyakan dan pertambangan, kimia, kertas, otomotif, agribisnis, hutan,

tembakau, rokok, makanan dan minuman, media, komunikasi, energi (listrik), *engineering*, kesehatan, transportasi, penerbangan dan pariwisata. Perusahaan *high profile* memiliki potensi risiko yang lebih tinggi daripada perusahaan *low profile* karena aktivitas operasional yang dilakukan berkaitan langsung dengan lingkungan dan sosial masyarakat sehingga sangat rentan terhadap guncangan. Untuk itu perusahaan yang termasuk dalam tipe perusahaan *high profile* akan memberikan informasi sosial yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan *low profile*.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan pada Perusahaan *High Profile* yang Terdaftar di BEI”.

1.2 Rumusan Masalah

Banyak faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam mengungkapkan CSR dalam laporan tahunannya, baik faktor internal maupun eksternal perusahaan. Faktor internal antara lain manajemen perusahaan, karyawan, kondisi perusahaan, serta pemegang saham selain publik. Faktor eksternal perusahaan adalah pemegang saham publik, masyarakat luas dan lingkungan, pemerintah, serta kondisi ekonomi (Pian, 2010). Oleh karenanya dalam hal ini penulis merumuskan masalah penelitian dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah pengungkapan media, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas serta *leverage* mempunyai pengaruh secara parsial terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan?
2. Apakah pengungkapan media, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas serta *leverage* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Tujuan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini penulis lakukan dengan tujuan untuk mengkonfirmasi faktor – faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan mengingat banyaknya hasil penelitian terdahulu yang menghasilkan kesimpulan yang berbeda.

2. Tujuan Praktis

Tujuan praktis dari penelitian ini adalah untuk merumuskan dasar-dasar pertimbangan yang lebih akurat agar hasil dari penelitian dapat dimanfaatkan dan digunakan oleh pemangku kebijakan sebagai referensi dasar untuk mengambil kebijakan/keputusan yang berhubungan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Penulis, dengan melakukan penelitian ini maka penulis akan mendapatkan pengetahuan yang lebih mendalam dan komprehensif mengenai akuntansi sosial pada umumnya dan pelaporan sukarela yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan publik pada khususnya.
2. Pelaku bisnis, secara empiris penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan maupun investor, terutama sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan sehubungan dengan penerapan CSR dalam operasional perusahaan dan pengungkapannya dalam laporan tahunan perusahaan.
3. Akademisi, penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya disamping sebagai sarana untuk menambah wawasan.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan penelitian dalam penelitian ini bertujuan untuk membatasi cakupan penelitian. Penelitian ini difokuskan pada faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggungjawab sosial yakni ukuran dewan komisaris, pengungkapan media, ukuran perusahaan, profitabilitas serta *leverage*. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan-perusahaan *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

