

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Praktik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki peranan penting bagi perusahaan. CSR merupakan salah satu bentuk akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan. Fauziah, Khusnul dan Prabowo (2013) menyatakan bahwa CSR meliputi atas aspek ekonomi (*profit*), sosial (*people*) dan lingkungan (*planet*) atau yang lebih dikenal dengan istilah “*Triple Bottom Line* (3BL)”. Jadi dengan adanya CSR perusahaan tidak diharapkan pada tanggung jawab yang hanya berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja. Tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*, selain aspek finansial juga sosial dan lingkungan. Kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*), tetapi juga harus memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup (Untung, 2008: 25)

Dalam praktiknya, menurut Devina *et. al.*, (2004), dalam Wardhani (2013: 2) pengungkapan CSR dalam laporan keuangan dikelompokkan menjadi dua yaitu pengungkapan yang bersifat wajib (*mandatory*) yang pelaksanaannya telah diatur oleh Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas (selanjutnya disebut UUPT) dan pengungkapan sukarela (*Voluntary*) yaitu tidak sepenuhnya diatur oleh Undang-undang. Berdasarkan hal tersebut pengungkapan CSR di Indonesia masih tergolong dalam pengungkapan yang bersifat sukarela (*voluntary*), hal ini karena di dalam UUPT pasal 74 ayat (1) hanya mewajibkan pengungkapan CSR bagi perusahaan yang bergerak dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam

saja dan tidak mengikat untuk seluruh jenis perusahaan. Selain itu, Standar Akuntansi Keuangan juga 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.

Pentingnya pengungkapan CSR memotivasi perusahaan untuk melakukan praktik CSR. Hasil penelitian Mapisangka (2009) dalam Setyaningrum (2011: 3) menunjukkan bahwa dari sekian banyak perusahaan yang ada, belum semua perusahaan benar-benar menerapkan CSR dalam kegiatan perusahaannya. Hal ini karena perusahaan belum memberikan perhatian khusus terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Faktor-faktor yang diamati dalam penelitian ini merupakan faktor yang dapat diindikasikan sebagai karakteristik perusahaan. Nurjannah dan Jurica (2013) menyatakan bahwa penggunaan variabel karakteristik perusahaan yang berbeda-beda pada setiap penelitian diduga menyebabkan hasil yang bervariasi antara penelitian yang satu dengan yang lain. Berdasarkan adanya perbedaan hasil penelitian sebelumnya maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Karakteristik perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas, komitmen pimpinan perusahaan, *leverage*, ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris.

Faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR salah satunya yaitu faktor profitabilitas, hal ini karena pengungkapan CSR hanya bisa dilakukan oleh perusahaan yang memperoleh laba dan dari laba tersebutlah yang nantinya sekian persen akan dialokasikan untuk CSR, laba yang dimaksudkan disini adalah laba bersih setelah pajak. Semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dihasilkan perusahaan, ini berarti pengungkapan informasi sosial akan cenderung dilakukan oleh suatu perusahaan, dimana hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang

dilakukan oleh Nurkhin (2010) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap CSR. Akan tetapi menurut penelitian yang dilakukan Pian (2010: 66) Sembiring (2003: 66), Sulastini (2007: 63), Rosmasita (2007: 65) dan Anindita (2008: 62) menunjukkan hasil yang sebaliknya dimana profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan. Hasil yang berbeda juga ditunjukkan apabila faktor profitabilitas tersebut dikaitkan dengan teori agensi dan teori legitimasi dimana Menurut Sembiring (2003: 8) terdapat kontradiksi antara teori agensi dan teori legitimasi terkait hubungan profitabilitas dengan pengungkapan CSR, teori agensi menyatakan hubungan yang positif sedangkan teori legitimasi menyatakan hubungan yang negatif terhadap pengungkapan CSR. Dengan demikian, untuk dapat membuktikan berpengaruh atau tidaknya maka penulis akan menguji kebenarannya.

Selain profitabilitas, pengungkapan CSR juga dapat dipengaruhi oleh faktor komitmen pimpinan perusahaan. Faktor atau variabel komitmen pimpinan perusahaan merupakan variabel baru yang dimasukkan oleh penulis yang membedakan dengan penelitian-penelitian terdahulu. Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan akan sangat tergantung pada kewenangan yang dimiliki pimpinan perusahaan, karena pimpinan perusahaan dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menentukan praktik CSR seperti apa yang akan dilakukan. Sehingga perusahaan yang memiliki pimpinan perusahaan yang berkomitmen besar terhadap pelaksanaan praktik CSR tentunya akan lebih banyak mengungkapkan CSR.

Faktor *leverage* juga dapat mempengaruhi pengungkapan CSR perusahaan, dimana *leverage* merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Menurut Hanafi (2008) dalam Wakid, Iwan, Prihat (2013: 49) rasio yang tinggi mengindikasikan perusahaan menggunakan utang yang tinggi sehingga perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan CSR yang lebih

tinggi, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Wakid., dkk (2013: 59). Namun Nurjannah dan Jurica (2013), Politon, Sontry Oktaviana dan Sri (2013), Sembiring (2005: 385) bertentangan dengan hal tersebut dimana penelitian mereka menunjukkan bahwa faktor *leverage* tidak berpengaruh terhadap CSR. Dalam hal ini *leverage* perlu diuji kembali juga karena hal ini akan menunjukkan bagaimana perusahaan menyeimbangkan antara keinginan *debtholders* dengan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan (Sembiring, 2003: 8).

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR, dimana faktor ukuran perusahaan perlu diuji karena Kimberly dalam Sembiring (2003: 8) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berhubungan sangat tinggi dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Selain itu, Cowen *et. al.*, dalam Sembiring (2003: 8) menyatakan semakin besar perusahaan maka dampak aktivitas operasinya akan semakin besar terhadap masyarakat sehingga pengungkapan yang dibuat juga diharapkan semakin luas sebagai akibat dari tekanan masyarakat, oleh karena itu pendapat tersebut akan diuji konsistensinya.

Sejalan dengan Sembiring (2003: 22) Fahrizqi (2010: 39) juga menyatakan bahwa perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi daripada perusahaan yang kecil, oleh karena itu terdapat beberapa penelitian yang menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, seperti hasil penelitian yang dilakukan Fahrizqi (2010: 63), Anindita (2008: 57) dan Untari (2010: 68). Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung adanya pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap CSR perusahaan, sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Pian (2010: 66), Nurkhin (2010), Rosmasita (2007: 70) yang menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR, oleh karena itu tidak ada jaminan bahwa perusahaan yang besar akan mengungkapkan CSR.

Faktor ukuran dewan komisaris juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR. Menurut Mulyadi (2002: 32) dewan komisaris merupakan wakil *shareholder* dalam perusahaan yang berbadan hukum perseroan terbatas (PT) yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan manajemen. Dengan wewenang yang dimilikinya tersebut, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen mengungkapkan CSR. Sehingga jika di suatu perusahaan memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar, maka perusahaan tersebut lebih banyak mengungkapkan CSR sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan Nurkhin (2010) dan Sembiring (2005: 387) yang menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Namun tidak semua penelitian yang membuktikan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR seperti penelitian yang dilakukan Cahyaningsih dan Martina (2011), Politon, Sontry Oktaviana dan Sri (2013) yang hasilnya kontradiktif dengan penelitian tersebut, dimana menurut mereka ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Ketidakkonsistenan hasil atas faktor-faktor yang memengaruhi tanggung jawab sosial sebagaimana yang dijelaskan sebelumnya membuat penulis perlu menguji ulang dengan sampel dan periode yang berbeda. Pengujian ulang ditujukan untuk meyakini bahwa faktor-faktor dalam karakteristik perusahaan tersebut benar-benar berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Periode yang digunakan dalam penelitian ini adalah periode pengamatan terbaru, yaitu tahun 2011-2013. Sedangkan objek penelitian yang digunakan juga difokuskan pada perusahaan manufaktur. Perusahaan manufaktur dipilih karena merupakan perusahaan yang memiliki aktivitas kompleks sehingga memungkinkan perusahaan untuk melakukan aktivitas sosial dan pengungkapan CSR dalam laporan tahunannya secara lebih transparan. Selain itu, perusahaan

manufaktur yang *go public* di BEI juga sangat besar sehingga menyediakan jumlah sampel yang lebih besar, yang diharapkan mampu menghasilkan tingkat generalisasi yang lebih baik dibandingkan penelitian sebelumnya. Pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur tersebut diukur dari *Annual Report* yang menggunakan indikator *Global Report Initiative* (GRI) yang terdiri dari aspek ekonomi, lingkungan, energi, ketenagakerjaan, hak asasi manusia, kemasyarakatan, tanggung jawab produk dan pengungkapan lainnya, dimana indikator GRI ini dipilih karena merupakan panduan pelaporan perusahaan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan yang digagas oleh PBB melalui *Coalition for Environmentally Responsible Economics* (CERES) dan telah diakui oleh perusahaan dunia (Wakid., dkk, 2013: 43-46).

Tidak adanya indikator yang baku untuk mengukur pengungkapan CSR menjadikan kualitas pengungkapan CSR yang disampaikan oleh perusahaan belum memadai, dimana selain karena belum adanya aturan yang mengatur secara rinci bagaimana tata cara pengungkapan CSR dilakukan secara benar juga dikarenakan menurut Verecchia (1983) dalam Sayekti, Yosefa dan Ludovicus (2007: 2) dari perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi hanya jika informasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan. Sehingga pengungkapan yang dalam hal ini adalah pengungkapan CSR dengan mempertimbangkan peningkatan nilai perusahaan yang dilakukan oleh entitas bisnis akan dipengaruhi beberapa faktor dimana faktor-faktor tersebutlah (profitabilitas, komitmen pimpinan perusahaan, *leverage*, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris) yang menyebabkan perusahaan menentukan suatu pilihan apakah akan melakukan pengungkapan secara sukarela atau tidak.

Berdasarkan latar belakang tersebutlah, maka penulis mengambil judul “**Pengaruh Profitabilitas, Komitmen Pimpinan Perusahaan, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan, penulis merumuskan masalah “Apakah Profitabilitas, Komitmen Pimpinan Perusahaan, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah profitabilitas, komitmen pimpinan perusahaan, *leverage*, ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh bagi beberapa pihak dari penelitian mengenai pengaruh profitabilitas, komitmen pimpinan perusahaan, *leverage*, ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR, yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk lebih meningkatkan kegiatan CSR dan juga lebih mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR.

2. Bagi Mahasiswa

Sebagai bahan referensi dan pembentuk kerangka berfikir mengenai penerapan dan pengungkapan CSR pada suatu perusahaan.

3. Bagi Masyarakat

Sebagai bahan penambah wawasan bagi masyarakat dalam implikasi mengenai CSR.

1.5 Batasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) pada tahun 2011-2013 yang melaksanakan praktik dan mengungkapkan CSR pada laporan tahunannya.

