

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Laporan keuangan perusahaan dibutuhkan untuk memberikan informasi kepada pihak intern yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan tersebut. Pemilik perusahaan dan pemimpin perusahaan adalah pihak intern yang memiliki kepentingan terhadap laporan keuangan tersebut, sedangkan sebagai pihak ekstern adalah para investor, kreditor/banker, pemerintah, dan masyarakat. Laporan keuangan merupakan hasil ringkasan data keuangan perusahaan yang disusun guna memberikan informasi kepada berbagai pihak yang terdiri dari neraca, laporan laba rugi, laporan modal sendiri dan laporan sumber penggunaan dana (Djarwanto 2001 : 5). Dalam PSAK no. 1 (revisi tahun 2011) menyatakan bahwa :

Tujuan laporan keuangan adalah menetapkan dasar-dasar bagi penyajian laporan keuangan bertujuan umum (general purpose financial statements) yang selanjutnya disebut 'laporan keuangan' agar dapat dibandingkan baik dengan laporan keuangan periode sebelumnya maupun dengan laporan keuangan entitas lain. Pernyataan ini mengatur persyaratan bagi penyajian laporan keuangan, struktur laporan keuangan, dan persyaratan minimum isi laporan keuangan.

Dari kutipan tersebut dapat disimpulkan bahwa *output* dari laporan keuangan adalah informasi mengenai kinerja perusahaan dan laporan tanggung jawab kepada para stakeholder mereka. Secara umum laporan keuangan bertujuan untuk memberikan informasi, keuangan suatu perusahaan, baik pada saat tertentu maupun pada periode tertentu baik disusun secara mendadak sesuai kebutuhan perusahaan maupun secara berkala.

Devina et.al, (2004) menyebutkan bahwa informasi yang diungkapkan dalam laporan keuangan dikelompokkan menjadi dua yaitu pengungkapan bersifat

wajib (*mandatory*) yaitu pelaksanaannya sudah diatur oleh Undang – undang dan pengungkapan bersifat sukarela (*voluntary*) yaitu tidak sepenuhnya diatur oleh Undang – undang. Sedangkan menurut Guthrie dan Mathews (Sembiring, 2005), salah satu jenis informasi pengungkapan sukarela yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan muncul karena adanya tuntutan dari masyarakat dan para pengguna laporan keuangan terhadap dampak kegiatan bisnis perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu konsep akuntansi yang dapat membawa perusahaan agar melaksanakan tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan masyarakat. CSR adalah suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan sebagai bagian tanggung jawab sosial bagi kepentingan lingkungan di sekitarnya. Masalah sosial yang harus dihadapi dan diselesaikan bukan saja tanggung jawab pemerintah melainkan juga korporasi atau institusi. Saat ini tanggung jawab sosial perusahaan juga merupakan tolak ukur untuk reputasi dan peningkatan citra perusahaan.

Corporate Social Responsibility dimaksudkan untuk mendorong dunia usaha lebih etis dalam menjalankan aktivitasnya agar tidak berpengaruh atau berdampak buruk pada masyarakat dan lingkungan hidupnya. Konsep CSR ini mulai dikenal sejak awal 1970-an, yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktek yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk kontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Pemikiran yang melandasi adanya *Corporate Social Responsibility*

(Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) ini adalah bahwa perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab kepada para pemegang saham (*shareholder*) tetapi juga memiliki tanggung jawab kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*). Pihak-pihak yang berkepentingan dalam sebuah perusahaan adalah pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, supplier dan juga competitor.

Praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia mendapatkan perhatian yang cukup besar. Ini dilatarbelakangi oleh berbagai kasus yang terjadi seperti penggundulan hutan, meningkatnya polusi dan limbah, buruknya kualitas dan keamanan produk, eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan, penyalahgunaan investasi dan lain-lain. Peneliti memilih sampel perusahaan manufaktur karena pelaksanaan CSR pada perusahaan manufaktur sudah ada sejak awal perusahaan berjalan. Alasan lainnya adalah karena perusahaan manufaktur lebih banyak memberikan pengaruh terhadap lingkungan di sekitarnya akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan dan memenuhi segala aspek pada tema pengungkapan CSR. Perusahaan manufaktur dipercaya membutuhkan *image* yang lebih baik dari masyarakat karena rentan terhadap pengaruh politik dan kritikan dan aktivis sosial, maka diasumsikan perusahaan manufaktur akan memberikan pengungkapan *corporate social responsibility* yang lebih luas daripada perusahaan non manufaktur.

Sebuah perusahaan memang tidak dapat dipisahkan dari tanggung jawabnya terhadap sosial dan lingkungan. Beberapa perusahaan banyak yang berlomba-lomba meng-expose diri dalam kegiatan yang berorientasi sosial seperti PT. Unilever Indonesia dengan program Edukasi Kesehatan Gigi dan Mulut

(Pepsodent), Kampanye Cuci Tangan dengan Sabun (Lifeboy), Program Pelestarian Makanan Tradisional (Bango) serta masih banyak lagi program sosial yang memiliki program CSR yang beragam. Salah satu contoh lain, PT Indonesia Asahan Aluminium (Inalum) dengan pemegang saham dari Jepang, dalam hal ini pemerintah bersikeras untuk mengambil alih Inalum namun ada dua ganjalan dalam akuisisi tersebut yaitu berkaitan dengan kewajiban *Corporate Social Responsibility* seperti belum dibayarkan kewajiban-kewajiban ke beberapa kabupaten berupa 10.000 beasiswa ke warga sekitar dan gaji pada karyawan. Dari kasus tersebut terlihat masih ada perusahaan manufaktur yang belum peduli kepada kesejahteraan masyarakat.

Oleh sebab itu dikeluarkan beberapa peraturan pemerintah yang mendorong praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia. Salah satunya Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40/2007, pasal 66 dan 74. Pasal 66 ayat (2) bagian c berisi bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggungjawab sosial dan lingkungan. Pada Pasal 74 (ayat 1) Undang-Undang Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan segala sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan sehingga tidak ada lagi pengungkapan CSR yang sukarela.

Dampak dari kegiatan sosial perusahaan berbeda-beda tergantung pada karakteristik perusahaan. Karakteristik operasi perusahaan yang menghasilkan dampak sosial yang tinggi akan menuntut pemenuhan tanggung jawab sosial yang lebih tinggi pula. Dalam hal ini karakteristik perusahaan yang digunakan yaitu ukuran perusahaan (*size*), ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan *leverage*.

Pengaruh ukuran perusahaan (*size*) terhadap pengungkapan CSR tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi daripada perusahaan kecil. Ini sejalan dengan penelitian Anggara (2010). Akan tetapi, disisi lain penelitian yang dilakukan oleh Singh dan Ahuja (1983) tidak menemukan hubungan antara kedua variabel tersebut.

Ukuran dewan komisaris merupakan bagian perusahaan yang fungsi utamanya adalah memberikan perhatian secara bertanggungjawab atas pengelolaan perusahaan dalam rangka mencapai maksud dan tujuan perusahaan. Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan CSR. Sehingga perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR. Hal ini sejalan dengan penelitian Hadi dan Arifin (2002) dan Sembiring (2005) yang menunjukkan hasil bahwa proporsi dewan komisaris independen mempengaruhi tingkat pengungkapan sukarela. Hubungan antara dewan komisaris dan pengungkapan CSR juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian lain yang dilakukan oleh Luqman (2010) dan Chandra (2011) menyatakan bahwa dewan komisaris berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Profitabilitas menurut Sudarmadji dan Suharto (2007) dimana dikatakan bahwa suatu perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan melakukan pengungkapan yang lebih luas sebagai salah satu upaya untuk meyakinkan pihak eksternal bahwa perusahaan berada dalam kondisi persaingan yang kuat serta

memperlihatkan kinerja perusahaan yang baik pada saat itu. Menurut penelitian Sari dan Kholisoh (2009) menunjukkan adanya hubungan yang tidak signifikan antara profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian Sitepu dan Hasan (2009) profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Leverage memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Scott (2000) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi.

Penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Pertentangan dari hasil penelitian tersebut terjadi karena terdapatnya beberapa alasan seperti : perbedaan periode waktu penelitian, interpretasi peneliti terhadap laporan keuangan perusahaan atas variabel yang digunakan maupun perbedaan metode pengujian yang ditempuh oleh peneliti. Atas dasar perbedaan dari berbagai penelitian tersebut mendorong penulis menguji kembali pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan CSR dengan judul **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris pada**



Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016).”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan sebelumnya, rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).” Dari judul penelitian tersebut diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
2. Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
4. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
5. Apakah ukuran perusahaan (*size*), ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan *leverage* berpengaruh simultan terhadap pengungkapan CSR?



1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
2. Untuk mengetahui pengaruh ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?

3. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
4. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
5. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
6. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan (*size*), ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang menggunakannya antara lain :

1. Bagi perusahaan, memberikan tambahan pengetahuan mengenai pentingnya pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan dan dapat dijadikan pertimbangan bagi pembuatan kebijakan perusahaan terkait tanggung jawab sosialnya.
2. Bagi Bapepam, Lembaga keuangan dan BEI, penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dalam meningkatkan kebijakan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial.
3. Bagi akademisi, untuk menambah literatur ataupun bahan acuan bagi penelitian selanjutnya dalam bidang akuntansi, terutama bagi yang ingin mengadakan penelitian lanjut tentang karakteristik perusahaan dan *Corporate Social Responsibility*.



1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah yang mendorong dilakukannya penelitian. Selain itu didalam bab ini juga diuraikan perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori yang digunakan sebagai landasan penelitian. Dalam bab ini juga dibahas penelitian terdahulu tentang motivasi perusahaan melakukan dan mengungkapkan CSR. Landasan teori dan penelitian terdahulu selanjutnya digunakan untuk membentuk kerangka teoritis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian, mencakup pemilihan sampel, pengumpulan data dan teknik analisis yang digunakan dalam pengujian hipotesis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang analisis terhadap data dan temuan empiris yang diperoleh.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari pelaksanaan penelitian dan saran yang nantinya dapat dijadikan



acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya, atau sebagai bahan implikasi.

