

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap perusahaan bertanggung jawab dalam menghasilkan keuntungan untuk kelangsungan hidup jangka panjang bagi perusahaan, namun beberapa tahun terakhir perusahaan tidak hanya diuntut untuk menghasilkan keuntungan saja tetapi juga dihadapkan pada konsep *triple bottom line*, yaitu aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Konsep ini dikemukakan oleh John Elkington dalam Suharto (2007) yang mengatakan bahwa kondisi keuangan tidak hanya menjamin kelanjutan (*sustainable*) sebuah perusahaan, tetapi juga harus memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Perusahaan bertanggung jawab untuk memperhatikan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan yang merupakan isu utama dari konsep tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* memiliki peranan penting bagi perusahaan, karena perusahaan berada dalam lingkungan masyarakat serta kegiatan yang dilakukan memiliki dampak terhadap sosial maupun lingkungan. Sehingga pengungkapan CSR menjadi alat yang dapat digunakan untuk menghindari konflik yang mungkin terjadi. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) adalah salah satu dari sekian banyaknya tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan (*stakeholders*). Pemangku kepentingan dalam hal ini ialah kelompok atau orang yang bisa



mempengaruhi atau dipengaruhi oleh beberapa kebijakan, keputusan maupun operasi perusahaan (Post et.al, 2002) dalam Wirawan & Sukirno (2013). Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi salah satu kewajiban yang dapat menambah beban atau biaya periodik perusahaan, namun dalam jangka panjangnya tanggung jawab sosial dapat memberikan sejumlah keuntungan atau manfaat tertentu (Lako, 2011). Beberapa perusahaan di Indonesia yang telah menerapkan CSR sebagai kegiatan rutin yang harus dilaksanakan setiap tahunnya adalah Indofood, Aqua, Bank Rakyat Indonesia, Telkom, Indocement dan lain sebagainya. Penerapan CSR yang dilakukan perusahaan pun bermacam-macam, seperti beasiswa pendidikan, penyediaan air bersih didaerah yang membutuhkan, pinjaman program kemitraan serta pemeliharaan lingkungan.

Penerapan CSR dalam perusahaan bukan hanya kewajiban bagi pihak internal yaitu pemimpin perusahaan dan manajer saja, namun dalam pelaksanaannya setiap bagian dari perusahaan juga dapat membantu dalam mewujudkan tujuan tersebut. Perusahaan diharapkan dapat menerapkan tata kelola perusahaan (*Corporate Governance*) untuk menjaga hubungan yang seimbang antara pihak internal dan eksternal. *Corporate governance* merupakan tata kelola perusahaan yang menjelaskan hubungan antara semua pihak yang ada sehingga dapat menentukan arah kinerja perusahaan. Secara umum dapat digambarkan bahwa mekanisme *Corporate Governance* adalah salah satu elemen kunci dalam meningkatkan efisiensi ekonomi yang terdiri dari hubungan antara manajemen perusahaan, para pemegang saham, dewan komisaris, komite audit dan *stakeholders* lainnya (Daniel dkk, 2017).



Perusahaan yang memiliki tata kelola yang baik akan memberikan citra yang baik juga, sehingga meningkatkan kepercayaan para investor terhadap perusahaan. Perusahaan meyakini bahwa implementasi *Corporate Governance* adalah bentuk lain dari penegakan etika kerja dan etika bisnis yang sudah lama menjadi komitmen perusahaan dan implementasi *Good Corporate Governance* berhubungan dengan peningkatan citra perusahaan (Daniel dkk, 2017).

Dari uraian diatas, penulis ingin melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh *Corporate Governance* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan *Consumer Goods* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2014-2018”**. Studi kasus dalam penelitian ini adalah Perusahaan *Consumer Goods* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2014-2018. *Consumer Goods* merupakan produk yang dapat dijual secara cepat dengan harga yang relatif murah dan menjadi kebutuhan sehari-hari. Menurut UU. No 40 tahun 2007 pasal 74 (ayat 1), bahwa perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan objek penelitian kepada perusahaan manufaktur yang melakukan kegiatan operasional di Indonesia, karena perusahaan manufaktur memiliki peran yang cukup besar dalam kerusakan lingkungan karena proses produksinya yang menghasilkan limbah sehingga dapat merugikan masyarakat sekitarnya. Hal tersebut menjadi salah satu alasan mengapa perusahaan manufaktur harus menerapkan *Corporate Social Responsibility*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan di atas, maka peneliti merumuskan masalah yang akan diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
2. Bagaimana pengaruh jumlah rapat dewan komisaris terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
3. Bagaimana pengaruh proporsi dewan komisaris independen terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis bermaksud untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan permasalahan penelitian sehingga dapat dicapai tujuan dari penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh jumlah rapat dewan komisaris terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh proporsi dewan komisaris independen terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan agar dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan, diantaranya:

1. Peneliti

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti dalam masalah yang sedang diteliti.

2. Perusahaan

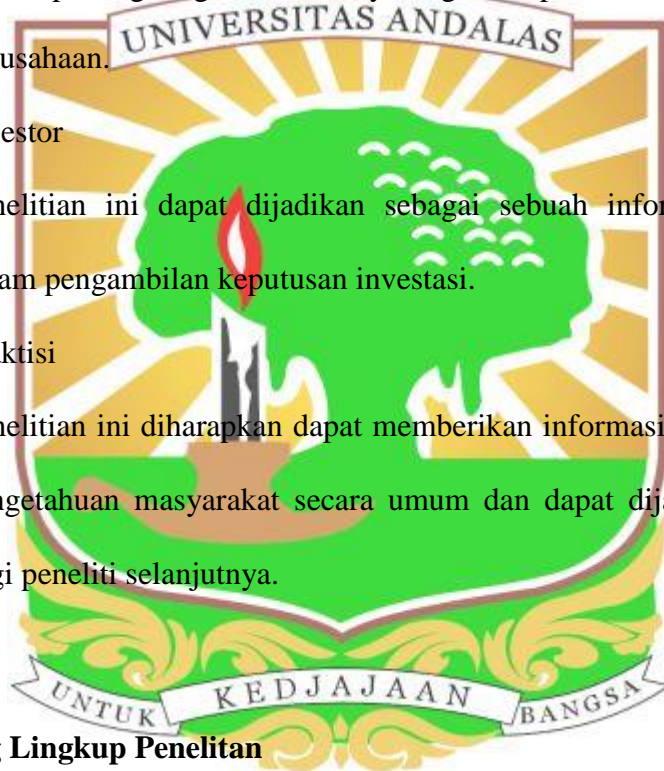
Penelitian ini dapat dipergunakan perusahaan sebagai gambaran, seberapa pentingnya melaksanakan *Corporate Social Responsibility* terhadap lingkungan sekitarnya agar dapat meningkatkan nilai perusahaan.

3. Investor

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sebuah informasi tambahan dalam pengambilan keputusan investasi.

4. Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menambah pengetahuan masyarakat secara umum dan dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya.



1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini penulis membatasi pembahasan dalam lingkup sebagai berikut :

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

2. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk tahun yang berakhir 31 Desember 2014 sampai dengan 31 Desember 2018.

1.6 Sistematika Penelitian

Penelitian ini dibagi atas lima bab yang terdiri dari:

Bab I Pendahuluan

Bab ini merupakan bab yang menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Dalam bab ini berisi literatur dan penelitian terdahulu terkait dengan penelitian ini. Literatur tersebut selanjutnya menjadi dasar pengembangan hipotesis yang ada di dalam bab ini.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini memuat penjelasan tentang populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, variabel penelitian dan pengukuran, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

Bab IV Hasil dan Pembahasan



Bab ini memuat tentang deskripsi objek penelitian dan analisis data serta pembahasan mengenai hasil penelitian.

Bab V Penutup

Bab penutup atau bab terakhir dalam penelitian ini terdiri dari kesimpulan dan saran penelitian.

