

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Beberapa tahun terakhir ini permasalahan lingkungan hidup merupakan isu utama yang sering dibicarakan masyarakat di Indonesia maupun dunia. Banyak inovasi-inovasi yang ada untuk mengurangi pencemaran lingkungan. Banyak kerugian akibat pencemaran lingkungan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Baik individu maupun kelompok yang mengatasnamakan organisasi. Dalam catatan sejarah setelah revolusi industri, dimana ketika era industri mengalami perkembangan, para pelaku industri tidak mementingkan lingkungan karena kontribusi hanya kepada masyarakat cukup dengan penyediaan lapangan pekerjaan, pemenuhan kebutuhan masyarakat dan pembayaran pajak negara. Namun seiring berjalannya waktu, masyarakat juga menuntut perusahaan untuk bertanggung jawab sosial tidak hanya kepada masyarakat tetapi dengan lingkungan. Kegiatan perusahaan untuk operasional biasanya memberikan dampak negatif bagi lingkungan, seperti eksploitasi sumber daya alam, rusaknya lingkungan akibat limbah dan pembebasan lahan untuk memperluas industri, hal-hal tersebut yang mengakibatkan terjadinya longsor, sungai tercemar dan ikan-ikan di sungai mati karena keracunan.

Bagi masyarakat perusahaan dianggap banyak memberi keuntungan bagi masyarakat, keuntungan yang diberikan perusahaan terhadap masyarakat ialah memberi kesempatan kerja, menyediakan barang konsumsi, menyediakan jasa,

memberi sumbangan, dan lain-lain. Akan tetapi dibalik semua itu, keberadaan perusahaan di lingkungan masyarakat menimbulkan berbagai persoalan sosial dan lingkungan, seperti: polusi udara, keracunan, kebisingan, diskriminasi, pemaksaan, kewenang-wenangan, produksi makanan haram serta bentuk *negative externalities* lain (Harahap, 2001). Adanya dampak lingkungan tersebut mempengaruhi kesadaran masyarakat akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial atau yang dikenal dengan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Wibisono (2007) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* adalah suatu perhatian terus menerus dari dunia usaha yang memberikan kontribusi terhadap pengembangan ekonomi dan taraf hidup pada komunitas setempat ataupun masyarakat luas. Pengungkapan informasi *corporate social responsibility* perusahaan yang dari waktu ke waktu meningkat merupakan cerminan bahwa perusahaan menyadari pentingnya transparansinya (Aras dan Crowther, 2008). *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab social perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian dengan aspek ekonomi, sosial, lingkungan (Suhandari, 2007).

Salah satu cara diperusahaan untuk mendapatkan image baik dengan melalui CSR. Umumnya kita berfikir atau berasumsi bahwa perusahaan hanya fokus untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Sebenarnya memang benar perusahaan memperoleh keuntungan semaksimal mungkin dengan menggunakan sumber daya seefisien mungkin, memang menjadi prioritas utama

dalam sebuah perusahaan. Akan tetapi tidak hanya keuntungan saja yang menjadi prioritas utama perusahaan, eksistensi, dan reputasi yang baik di luar perusahaan merupakan hal penting yang diinginkan perusahaan. Tidak hanya bertanggung jawab dalam bentuk finansial, tetapi ekonomi, sosial, dan lingkungan secara keseluruhan sehingga dapat memberikan manfaat secara luas, baik dari segi sosial, ekonomi, ataupun lingkungan.

CSR menekankan perusahaan harus mengembangkan etika bisnis dan praktik bisnis secara berkesinambungan dengan ekonomi, lingkungan dan *stakeholder* baik di dalam maupun di luar perusahaan. Di Indonesia, wacana mengenai kesadaran dalam menjaga lingkungan dan tanggung jawab sosial perusahaan sudah diatur dalam UU Perseroan Terbatas No 40 pasal 74 tahun 2007 menyebutkan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. UU No.40 pasal 66 ayat 2c tahun 2007 juga menyebutkan bahwa perseroan wajib melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan buku tahunan. Permasalahan-permasalahan sosial yang dihadapi oleh perusahaan di Indonesia juga terjadi karena lemahnya penegakan peraturan tentang tanggung jawab sosial perusahaan, misalnya tentang aturan ketenagakerjaan, pencemaran lingkungan, perimbangan bagi hasil suatu industri dalam era otonomi daerah (Eka, 2011). Perusahaan dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat di sekitarnya dan menggairahkan pertumbuhan ekonomi di suatu daerah namun disisi lain juga berpotensi merusak lingkungan dan berdampak pada masyarakat. Seluruh perusahaan di Indonesia semakin dituntut

untuk memberikan informasi yang transparan atas aktivitas sosialnya, sehingga pengungkapan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) diperlukan peran dari akuntansi pertanggung jawaban sosial (Fr. Reni,2006). Oleh karena itu *Corporate Sosial Responsibility* penting bagi seluruh perusahaan di Indonesia. Tanggung jawab sosial perusahaan telah menjadi suatu kebutuhan yang dirasakan bersama antara pemerintah, masyarakat, dan dunia usaha berdasarkan prinsip kemitraan dan kerjasama (Departemen Sosial, 2007) dalam Ardilla (2011).

Menurut Manurung (2008) dan Nor Hadi (2011), pada umumnya, laporan keuangan merupakan referensi utama bagi para investor/calon investor dalam menilai kinerja perusahaan dan sebagai pertimbangan untuk mengambil keputusan. Namun dalam dekade terakhir ini, pelaporan tanggung jawab sosial mulai mendapat perhatian, khususnya dari kalangan investor. Bagi perusahaan, pelaporan tanggung jawab sosial bisa dijadikan sebagai alat untuk meyakinkan pemegang saham (investor) dan calon investor. Kasus terkait dengan *Corporate Sosial Responsibility* yaitu PT Indominco Mandiri di Kalimantan Timur, yang terbukti bersalah melanggar UU Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Pembuangan limbah PLTU batubara PT Indominco Mandiri (Indominco), anak usaha PT. Indo Tambangraya Megah (ITM) berupa *fly ash* dan *bottom ash* batubara ini merupakan rentetan penghancuran alam sejak dari penambangan di Sungai Santan, Kutai Kartanegara hingga intimidasi kepada warga. Dalam kasus ini, pidana penjara terhadap pimpinan perusahaan jugalenyap. Pidana denda Rp 2 miliar kepada Indominco dapat ditebus hanya mengapalkan seperempat tongkang batubara volume 8.000 ton. Hitungan itu, didapat dari harga batubara acuan saat ini, dikalikan

satu tongkang batubara. (Berita yang dimuat di www.mongabay.com diposting tanggal 04 Mei 2018, diakses pada tanggal 21 Februari 2019).

(Nor Hadi, 2011) Kasus berskala nasional dan bahkan Internasional adalah kasus PT. Freeport dengan masyarakat suku di Papua. PT Freeport melanggar peraturan perundang undangan tentang lingkungan hidup, karena menghasilkan limbah/bahan buangan sebesar 6 miliar ton. Sebagian besar limbah dibuang di pegunungan, sungai-sungai yang dekat dengan Taman Nasional Lorentz, sebuah hujan tropis yang telah diberikan status khusus oleh PBB. Studi yang dilakukan oleh Parametrix (2002) perusahaan konsultan Amerika yang dibayar oleh Freeport dan Rio Tiro (mitra bisnisnya) menunjukkan daerah yang dibanjiri dengan limbah tambang tidak cocok untuk kehidupan makhluk hidup akuatik. Belum lagi ketidakpuasan masyarakat lokal terhadap eksistensi PT Freeport, yang hingga sekarang belum memperoleh penyelesaian signifikan dari pemangku kebijakan. Di Indonesia juga terjadi pencemaran lingkungan yang merusak ekosistem yaitu kasus penambangan minyak dan gas hingga merugikan banyak warga yang membuat mereka kehilangan rumah yang mereka tempati. Dengan adanya beberapa kasus yang rentan oleh akibat pencemaran perusahaan pertambangan, maka luas pengungkapan CSR sangatlah penting.

Luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan muncul karena adanya tuntutan dari masyarakat dan para pengguna laporan keuangan terhadap dampak kegiatan bisnis perusahaan. Menurut Gray, et al. (dalam Yoga, 2011), munculnya kepedulian publik akan peran perusahaan dalam masyarakat melahirkan kritik karena menciptakan masalah sosial, polusi, penyusutan sumber daya, limbah,

mutu produk, tingkat keamanan produk serta hak dan status kerja. Perbedaannya dengan penelitian terdahulu Christine Herawati Limbong (2019) adalah dari data yang digunakan pada penelitian ini saya menggunakan tahun 2016-2018.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *Profitabilitas* terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* ?
2. Bagaimana pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* ?
3. Bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* ?
4. Bagaimana pengaruh Umur Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisa pengaruh *Profitabilitas* terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* ?
2. Menganalisa pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* ?
3. Menganalisa pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* ?
4. Menganalisa pengaruh Umur Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* ?

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan berdampak pada pengembangan ilmu akuntansi keuangan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang dalam pengembangan ilmu ekonomi/ akuntansi, khususnya menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh kinerja keuangan dan *profitabilitas* terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

2. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk memberikan gambaran kepada perusahaan bahwa tanggung jawab sosial penting untuk meningkatkan kepedulianya terhadap lingkungan dan merupakan sesuatu yang baik bagi perusahaan yang dapat digunakan sebagai referensi dalam pengambilan kebijakan oleh perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan menerbitkan laporan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Bagi Investor

Sebagai salah satu informasi yang bisa digunakan para investor untuk melakukan investasi di perusahaan.