

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

*Corporate Social Responsibility* (CSR) saat ini berkembang sangat baik ditingkat regional maupun internasional dan telah menjadi bagian yang sangat penting dalam bisnis. Semua perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif serta ingin tetap berkelanjutan harus menjadikan CSR sebagai bagian dari strategi bisnisnya (Dewi & Suaryana, 2015). CSR dimaksudkan agar dunia usaha meminimalisir dampak buruk terhadap aspek sosial dan lingkungan yang ditimbulkan selama menjalankan seluruh aktivitasnya. Konsep CSR merupakan tanggungjawab perusahaan atas para pemegang kepentingan (*stakeholder*) atau pihak yang terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Adanya kerusakan lingkungan akibat dari dampak aktivitas perusahaan telah menyadarkan bahwa kerusakan lingkungan yang terjadi bisa dikurangi agar dapat dimanfaatkan oleh generasi mendatang (Oktariani & Mimba, 2014). Dengan melakukan CSR, perusahaan dapat membangun reputasinya, seperti meningkatkan citra perusahaan maupun pemegang sahamnya, posisi merek perusahaan maupun bidang usaha perusahaan (Basalamah & Jermias, 2005).

*Corporate Social Responsibility* atau CSR bukan lagi kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan sukarela, tetapi sudah diatur dalam Undang-Undang R.I No. 40 tahun 2007 pasal 74 ayat (1) tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan menjelaskan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang

yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab Sosial dan lingkungan”. Pelaksanaan CSR sudah dianggap sebagai investasi jangka panjang bagi perusahaan (Ruslim et al., 2017).

Perusahaan melakukan tanggung jawab sosial sebagai dasar kompensasi atas aktivitas-aktivitas yang berdampak pada lingkungan sosial (Alfarizi, 2016 dalam Dewi cahya & Sedana Panji, 2019). Singkatnya CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Wujud CSR bermacam-macam, dari pembangunan fasilitas umum, sumbangan dana bagi masyarakat di sekitar perusahaan dan bagi para pekerja, atau pelaksanaan kegiatan yang menunjang kesejahteraan masyarakat. Implementasi CSR juga dilatar belakangi oleh adanya tekanan sosial, politik, ekonomi untuk memberikan perhatian dan kontribusi terhadap dampak sosial dan lingkungan akibat aktivitas perusahaan, terutama sektor manufaktur.

Di Indonesia, masih banyak kasus-kasus yang terjadi akibat kurangnya kesadaran perusahaan mengenai kegiatan pertanggung jawaban sosial, sehingga terjadi masalah terkait kerusakan lingkungan maupun konflik yang berhubungan kesejahteraan karyawan. Adapun salah satu contoh perusahaan manufaktur PT. Toba Pulp Lestari pada tahun 2012 sempat menuai kritik akibat kasus pencemaran lingkungan oleh limbah pabrik yang mengakibatkan kerusakan pada tanah pertanian, habitat ikan di danau Toba terganggu, polusi udara yang disusul kasus pelanggaran HAM. Hal ini menyebabkan warga sekitar melakukan penolakan terhadap perusahaan tersebut ([www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com)). Beberapa perusahaan Yang

sempat mendapat sorotan tajam lainnya adalah kasus PT.Freeport Indonesia, TPST Boong di Bogor, PT. Newmont di Buyat dan PT. Lapindo Brantas ([www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com)).

Mengenai permasalahan contoh kasus tersebut dapat dijelaskan bahwa perusahaan besar cenderung menjadi sorotan penting terkait pertanggung jawaban sosial mereka baik terhadap lingkungan maupun kesejahteraan karyawan. Dengan Melaksanakan CSR, perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan mampu bertanggung jawab dan mampu mensejahterakan karyawan, dan masyarakat. Intensitas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain *Good Corporate Governance*.

*Good corporate governance* adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan, serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka, atau dengan kata lain suatu yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan (Cadbury commite of uniter kingdom,1992 Susanti dan Ikhsan,2013 dalam Pramono & Wiyuda, 2017). *Corporate Governance* berkaitan dengan *corporate social responsibility*, artinya pada perusahaan yang melakukan tata kelola yang baik, mampu mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dengan baik. Semakin baik tata kelola perusahaan, maka semakin baik dalam mengungkapkan CSR nya. Implementasi *corporate governance* dengan konsisten dalam jangka panjang dapat meningkatkan kinerja perusahaan serta bermanfaat bagi pemegang saham. Penerapan *Corporate Governance* pada perusahaan tersebut yang akan mendorong

manajemen untuk mengelola perusahaan secara benar termasuk mengimplementasikan tanggung jawab sosialnya (Setianto, 2013).

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* berhubungan erat dengan mekanisme *Corporate Governance*. Mekanisme *Corporate Governance* dapat dilihat dari beberapa struktur yang ada didalam perusahaan diantaranya kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial , kepemilikan saham asing , kepemilikan saham publik, dewan komisaris, dewan direksi, kualitas audit dan lain sebagainya (Pasaribu dkk., 2015 dalam M. Putra & Suardana, 2019). Salah satu struktur *Corporate Governance* yang paling berpengaruh terhadap pelaksanaan *Corporate social responsibility* adalah Dewan Komisaris karena sebagai salah satu pemegang kekuasaan tertinggi didalam perusahaan Dewan komisaris dianggap dapat meningkatkan lebih luas pengungkapan CSR.

Pada penelitian-penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Retno & Denies (2012) Utami & Gunawan (2012) dan Siallagan & Machfoedz (2006) menemukan adanya pengaruh positif antara GCG dan pengungkapan CSR. Sedangkan Junitasari (2015) Tjia & L. (2015) dan Wiguna (2015) tidak menemukan adanya hubungan antara GCG dan pengungkapan CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2015) dan Santioso *et al* (2012) menunjukan variabel ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuniarti(2003) dan sembiring(2005) bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial.

Variabel lain yang memengaruhi *Corporate Social Responsibility* yaitu

*Leverage*. *Leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk menutup kewajiban finansial jangka pendek dan juga jangka panjang, atau menaksir seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh hutang (Y. Y. D. Putra & Wiagustini, 2013). Dapat disimpulkan bahwa risiko keuangan perusahaan digambarkan dengan tingkat *leverage*.

Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi mempunyai kewajiban lebih untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya (Purnasiwi & Sudarno, 2011). Menurut Agus (2010) *leverage* merupakan alat yang dimiliki *stakeholders* untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber dana khususnya hutang dan modal yang dimiliki perusahaan. eka saputra (2016) mengungkapkan *leverage* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam melakukan pengelolaan terhadap sumber dana baik yang berasal dari hutang ataupun dari asset yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi *leverage* maka pengungkapan CSR suatu perusahaan akan semakin rendah. Hal ini didasari dari besar kemungkinan perusahaan untuk melakukan pelanggaran terhadap kontrak utang, sehingga manajer akan melaporkan laba saat ini lebih tinggi dan imbasnya adalah pengurangan dana untuk kegiatan perusahaan yang mana salah satunya adalah pengurangan dana untuk pengungkapan informasi sosial perusahaan (Istianingsih, 2015 dalam Dewi cahya & Sedana Panji, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Setyorini dan Zuaini (2012) dan Purba (2015), Wahyuningsih dan Nera (2018), Guci (2017) mendapatkan hasil bahwa *leverage* berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Hanininun dan Nurdiawansyah (2014), Kurniawati (2013), Krisna dan Novrys (2016), Sirait dan Primsa (2013) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negative terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan.

Selain variabel *leverage*, kinerja keuangan lainnya yang memiliki arti penting dalam pengungkapan *corporate social responsibility* adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang akan menjaga kelangsungan hidup perusahaan jangka panjang maupun pertumbuhan jangka pendek (Vintila & Florinita, 2013 dalam Andriana & Wahyu Purna Anggara, 2019). Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Perusahaan mengeluarkan biaya untuk tanggung jawab sosial ini, tapi seiring berjalannya waktu perusahaan mendapatkan citra yang baik di masyarakat dan loyalitas konsumen yang lebih besar terutama dalam hal produk-produk yang bersifat ramah lingkungan. *Profit* yang lebih tinggi mengharuskan perusahaan lebih aktif dalam melaksanakan CSR karena *stakeholder* seperti pemegang saham secara umum akan memerlukan informasi yang terkait dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.

Menurut Purba & putu yadnya(2015), pengaruh antara profitabilitas dan

pengungkapan CSR merupakan refleksi yang akan menunjukkan bahwa diperlukan respon sosial untuk membuat perusahaan memperoleh keuntungan. Semakin meningkatnya profitabilitas suatu perusahaan maka perusahaan akan mempunyai biaya lebih untuk menjalankan kegiatan perusahaan salah satunya adalah kegiatan CSR.

Penelitian mengenai variabel profitabilitas yang dilakukan oleh Ruslim *et al.* (2017), Ebiringa *et al.* (2013), Nawaiseh (2015), Issa (2017), Ompusunggu (2016), Dwiariani (2017), Worotikan (2015), dan Jenny (2018) mendapatkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang didapatkan oleh Rifqiyah (2016), Saputra (2016), Hadiprayitno dan Respati (2015), Mawarni (2017), Cahyaningtyas (2018), Kurnianingsih (2013), Hestiningtyas (2018) mendapatkan hasil yang berbeda, penelitian tersebut mendapatkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian yang dilakukan oleh Munawaroh dan Priyadi (2014), Imron *et al.* (2016), Anindita dan Yuliati (2017), pratama dan mustanda (2016), wulandari dan wiksuana (2017) serta Ayu dan Suarjaya (2017) , dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas yang diukur dengan *Return on Asset* berpengaruh positif terhadap *Corporate socialresponsibility*.

Untuk tetap dapat bertahan hidup, perusahaan harus berada dalam kondisi yang menguntungkan (*profitable*). Perusahaan yang memiliki citra yang baik otomatis banyak investor yang berniat menanamkan modalnya diperusahaan tersebut serta dapat meningkatkan daya jual produk karena kepercayaan konsumen

akibat dari citra yang baik tersebut (Hanna, 2016). Menurut Daniri (2008) pencapaian profitabilitas yang tinggi dapat dicapai jika perusahaan dapat melaksanakan *corporate governance* yang baik. Hasil penelitian Isnanta (2008), Sami (2011) menyatakan bahwa *corporate governance* memberikan pengaruh positif terhadap profitabilitas, namun penelitian Sayidah (2007), dan Prasinta (2012) membuktikan *corporate governance* tidak memberikan pengaruh terhadap profitabilitas. Penelitian yang dilakukan oleh Hisamuddin dan Tirta (2012) menunjukkan dewan komisaris berpengaruh positif terhadap ROA. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Zabri (2015) ukuran dewan komisaris mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap ROA perusahaan. Namun, jika dikaitkan dengan ROE maka ukuran dewan komisaris tidak mempunyai hubungan dengan ROE.

Variabel lain yang memengaruhi profitabilitas yaitu *Leverage*. *Leverage* adalah penggunaan assets serta sumber dana (*sources of fund*) oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (*Fixed Cost*) dalam tujuan supaya menambah keuntungan potensial pemegang saham (Agus, 2010). *Leverage* dapat dikatakan sebagai suatu rasio keuangan yang mengukur berapa jauh perusahaan didanai oleh modal pinjaman (Y. Y. D. Putra & Wiagustini, 2013). Penelitian dilakukan Javaid et al., (2011) menyimpulkan bahwa *Leverage* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini didukung juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Syafri (2012). Penelitian mengenai variabel *leverage* yang dilakukan oleh Syarief Dienan Yahya (2011) mendapatkan hasil bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Ada penelitian yang dilakukan oleh F. Samiloglu dan

K. Demirgunes (2008) ditemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap ROA. Namun hasil dari penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Olufemil Falope dan Lubanjo T.Ajilore (2009) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap ROA.

Penelitian ini merupakan modifikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Dewi Cahya & Sedana Panji (2019) dan Yusran et al., (2018). Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah menggunakan *leverage* sebagai variabel independen dan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel dependen. Sedangkan yang membedakan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah periode pengamatan pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2017-2019. Alasan peneliti menggunakan perusahaan manufaktur karena perusahaan manufaktur merupakan taraf perusahaan besar dan dianggap memiliki dampak yang lebih besar pada lingkungan dibandingkan perusahaan keuangan dan jasa. Perbedaan lainnya adalah alat ukur *Corporate Governance* yang digunakan dalam penelitian ini adalah dewan komisaris yang dilihat dari besarnya ukuran dewan komisaris didalam sebuah perusahaan dan menggunakan Profitabilitas sebagai variabel mediasi.

Adanya hasil-hasil penelitian yang sangat variatif tersebut, menunjukkan adanya *research gap* dalam penelitian sejenis. Dimana menunjukkan hasil yang tidak konsisten terkait pengaruh Dewan komisaris dan *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility* sehingga diindikasikan adanya variabel lain yang mempengaruhi hubungan diantara keduanya. Profitabilitas digunakan sebagai variabel mediasi yang diduga dapat memediasi hubungan antara Dewan komisaris

dan *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility*. Alasan lain pengambilan Profitabilitas dikarenakan profitabilitas sangat penting sebagai alat ukur yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba selama periode tertentu. tingginya tingkat profitabilitas perusahaan disebabkan adanya prestasi kinerja yang baik sehingga akan berdampak pada semakin besarnya sumber daya perusahaan dimana perusahaan akan mendapatkan banyak sorotan publik. Apabila profitabilitas meningkat, maka perusahaan semakin aktif dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Hal ini didukung oleh Teori *stakeholder*, dimana perusahaan wajib memberikan transparansi informasi terkait segala kegiatan yang telah dilakukan perusahaan kepada *Stakeholder*, salah satunya pengungkapan kegiatan CSR.

Berdasarkan uraian latar belakang terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility*, namun hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan adanya *research gap*, maka peneliti ingin meneliti lebih lanjut dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dewan komisaris dan *leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility*, untuk mengetahui pengaruh dewan komisaris, *leverage*, dan profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*, serta untuk mengetahui pengaruh dewan komisaris dan *leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility* dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi. maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Dewan Komisaris, *Leverage* Terhadap *Corporate Social Responsibility* Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Keberadaan sebuah perusahaan ditengah masyarakat tidak hanya memberikan dampak positif namun juga berpotensi menimbulkan dampak negatif seperti permasalahan sosial dan lingkungan. Rendahnya kesadaran perusahaan terhadap kerusakan lingkungan dan kesejahteraan masyarakat sekitar menandakan bahwa masih banyak perusahaan yang belum menerapkan *Corporate Social Responsibility* dengan baik. Sementara itu Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas hasil penelitian terdahulu mengenai variabel yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* masih mendapatkan hasil yang tidak konsisten sehingga informasi yang didapatkan menjadi kurang jelas. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan terkait *Corporate Social Responsibility* adalah Dewan Komisaris, *Leverage* dan Profitabilitas sebagai variable mediasinya.

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka dapat dirumuskan beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Dewan Komisaris terhadap *Profitabilitas* ?
2. Bagaimana Pengaruh *Leverage* terhadap *Profitabilitas* ?
3. Bagaimana Pengaruh *Profitabilitas* terhadap *Corporate Social Responsibility*?
4. Bagaimana Pengaruh Dewan komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility*?
5. Bagaimana Pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility*?
6. Bagaimana Pengaruh Dewan Komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility* yang di mediasi *Profitabilitas* ?

7. Bagaimana Pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility* yang di mediasi *Profitabilitas* ?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh Pengaruh Dewan Komisaris terhadap *Profitabilitas*
2. Untuk menganalisis pengaruh *Leverage* terhadap *Profitabilitas*
3. Untuk menganalisis pengaruh *Profitabilitas* terhadap *Corporate Social Responsibility*
4. Untuk menganalisis pengaruh Dewan Komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility*
5. Untuk menganalisis pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility*
6. Untuk menganalisis Pengaruh Dewan Komisaris terhadap *Corporate Social Responsibility* yang di mediasi *Profitabilitas* ?
7. Untuk menganalisis Pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility* yang di mediasi *Profitabilitas* ?

#### 1.5 Manfaat Penelitian

##### A. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya pada bidang ilmu akuntansi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan

perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

## B. Manfaat Praktis

### 1. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat menambah atau melengkapi teori yang telah ada dan diharapkan dapat menjadi dokumen akademik yang berguna sebagai informasi tambahan bagi penelitian selanjutnya mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi CSR.

### 1. Bagi Pihak Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan mengenai pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dalam laporan keuangan yang disajikan.

### 2. Bagi masyarakat

Memberikan stimulus sebagai pengontrol atas perilaku perusahaan. Selain itu, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.

