

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Akhir-akhir ini perkembangan bisnis di Indonesia semakin pesat. Oleh karena itu, banyak perusahaan yang mulai berkompetisi dalam melakukan usahanya. Pada umumnya perusahaan hanya menginginkan keuntungan saja, tetapi perusahaan juga dituntut agar dapat mengembangkan hubungan tanggung jawab sosial pada kondisi eksternal perusahaan yang merupakan tanggung jawab sosial perusahaan kepada *stakeholders*. Akan tetapi perusahaan terkadang melalaikan tanggung jawab sosial tersebut dengan alasan bahwa *stakeholders* tidak memberikan kontribusi terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini disebabkan karena hubungan perusahaan dengan lingkungan sekitarnya bersifat *non reciprocal* yaitu transaksi antara keduanya tidak menimbulkan prestasi timbal balik (Anggraini 2006).

Bowen (1943) menyatakan bahwa keberhasilan dunia bisnis ditentukan oleh bagaimana kontribusinya terhadap kesejahteraan masyarakat umum, bukan hanya untuk warga bisnis itu sendiri. Suatu entitas dalam menjalankan usahanya tidak terlepas dari masyarakat dan lingkungan sekitarnya, sehingga menciptakan hubungan timbal balik antara masyarakat dan perusahaan. Perusahaan membutuhkan suatu respon yang positif dari masyarakat yang diperoleh melalui apa yang dilakukan oleh perusahaan kepada para *stakeholder*, termasuk masyarakat dan lingkungan sekitar (Kamil dan Antonius, 2012).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Dengan melakukan suatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menjaga lingkungan, memberikan beasiswa untuk anak tidak mampu di daerah tersebut, dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk membangun desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah fenomena dan strategi yang digunakan perusahaan untuk mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan *stakeholder*-nya. CSR dimulai sejak era dimana kesadaran akan *sustainability* perusahaan jangka panjang adalah lebih penting daripada sekedar *profitability* perusahaan (www.seputarmahasiswa.blogspot.co.id).

Praktik CSR diterapkan dalam Undang-undang No.40 pasal 74 tahun 2007 “Perseroan Terbatas” (UUPT), yang mengatur tentang perusahaan yang melakukan usaha dibidang/berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Menteri Badan Usaha Milik Negara melalui Keputusan Nomor KEP-04/MBU/2007 yang merupakan penyempurnaan dari surat Keputusan Menteri BUMN Nomor 236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, memberikan arahan secara lebih operasional tentang praktik tanggung jawab sosial (*social responsibility*), meskipun masih terbatas pada

perusahaan BUMN dan perusahaan yang operasinya bersinggungan dengan eksploitasi sumber daya alam. Salah satu media yang dapat digunakan untuk mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan perusahaan adalah melalui laporan tahunan (*annual report*) perusahaan yang diterbitkan oleh perusahaan dalam (PSAK) No.1 tahun 2004 tentang Penyajian laporan Keuangan dan dalam *Exposure Draft* PSAK no 20 tahun 2005 tentang Akuntansi Lingkungan.

Munculnya pengungkapan tanggung jawab sosial karena adanya tuntutan dari para pengguna laporan keuangan atas dampak yang ditimbulkan atas aktivitas perusahaan. Para pengusaha berargumen bahwa CSR tidak boleh dipaksakan karena bersifat sukarela dan menjadi bagian dari strategi perusahaan. Mewajibkan perseroan menyisihkan dana CSR melanggar hak asasi manusia (HAM) dan merugikan kepentingan pemegang saham karena akan meningkatkan biaya (*costs*) dan menurunkan laba perseroan. Penurunan laba berdampak pada penurunan jumlah deviden yang diterima pemegang saham dan nilai ekuitas perusahaan.

Oleh karena itu, *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan yang sebelumnya merupakan suatu hal yang bersifat sukarela akan berubah menjadi suatu hal yang wajib dilaksanakan. Keterlibatan perusahaan atas tanggung jawab sosialnya dapat meningkatkan akses modal, memperbaiki kinerja keuangan, mengurangi biaya operasi, meningkatkan citra dan reputasi, meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan, serta meningkatkan produktivitas dan kualitas (Susanti dan Riharjo, 2013).

CSR bukanlah kegiatan amal, melainkan mengharuskan suatu perusahaan dalam pengambilan keputusan benar-benar bermanfaat, agar dilakukan dengan sungguh-sungguh memperhitungkan akibat terhadap seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders* perusahaan) maupun lingkungan sekitar. CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki masalah sosial dan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan, oleh sebab itu CSR sangat berperan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Heinkel *et al.* (2001) perusahaan harus menganggap CSR sebagai strategi jangka panjang yang menguntungkan, bukan sebagai aktivitas yang merugikan. Selain itu, Chariri (2008) berpendapat bahwa pengungkapan CSR dapat digunakan sebagai alat manajerial untuk menghindari masalah sosial dan lingkungan.

Pengertian pertanggungjawaban sangat beragam, menurut Faderick *et al.* (2013) mempunyai pemahaman bahwa CSR dapat diartikan sebagai prinsip yang menerangkan perusahaan harus dapat bertanggung jawab terhadap efek dari setiap tindakan di dalam masyarakat maupun lingkungan. Sedangkan Ismail Solihin (2013), menganggap jika CSR adalah salah satu dari bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap pemangku kepentingan (*stakeholders*). Intinya, tanggung jawab sosial adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan (www.pengertiantanggunjawabsosial.com).

Di Indonesia, CSR mulai marak digunakan pada tahun 1990. Pada tahun sebelumnya sudah ada beberapa perusahaan yang melakukan nilai-nilai sosial,

namun belum memakai istilah CSR. Pada saat itu perusahaan mengembangkan nilai sosial yang mengarah kepada filantropi dan pemberian sumbangan kepada pihak-pihak yang membutuhkan atau tanggung jawab sosial kepada lingkungan. Kini, perkembangan CSR sudah semakin meningkat dan makin kreatif dengan menyesuaikan pada kebutuhan perusahaan masing-masing. Pada saat sekarang ini, CSR tidak hanya menjadi suatu tradisi yang dilaksanakan oleh perusahaan. Konsep dan eksistensi CSR telah mulai diangkat kedalam posisi yang lebih tinggi, tidak hanya di ruang lingkup pribadi perusahaan tetapi juga telah menjadi perhatian oleh sektor publik yakni pemerintah.

Hal ini dapat dicermati dari adanya isu hangat dunia mengenai pentingnya kontribusi perusahaan dan pemerintah dalam perbaikan, pengembangan dan perlindungan terhadap lingkungan dan masyarakat yang dicituskan dalam *World Summit on Sustainable Development* (WSSD) di Johannesburg. Afrika Selatan pada tahun 2002 yang menekankan pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan. Perkembangan CSR pada dekade ini pun diikuti dengan diperkuatnya eksistensi CSR tersebut kedalam kewajiban yang bersifat normatif diberbagai negara. Meskipun baru hanya beberapa negara yang berani untuk mengambil tindakan tersebut, dimana Indonesia termasuk salah satu negara didalamnya. Hasil ini merupakan perkembangan yang sangat positif bagi CSR itu sendiri, biasanya perusahaan perusahaan banyak yang menerapkan CSR baik dalam bentuk amal (*charity*) maupun pemberdayaan (*empowerment*) (www.isharyanto.wordpress.com).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dipengaruhi oleh karakteristik perusahaan. Pertama adalah profitabilitas, profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan entitas dalam menghasilkan laba pada tingkat penjualan, asset, dan ekuitas Kamil dan Herusetya (2012). Semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin tinggi pula tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini memberikan interpretasi bahwa perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi dapat mengatasi biaya-biaya atas pengungkapan tanggung jawab sosial tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Kamil dan Herusetya (2012), Sembiring (2005) menunjukkan hasil negatif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Namun hasil penelitian yang berbeda diungkapkan oleh Karina (2013), Nur dan Priantinah (2012), Rahajeng (2010), menunjukkan hasil positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan penelitian Bernadi (2009) menunjukkan hasil positif dan tidak signifikan yang berarti profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang berarti dalam pengungkapan tanggung jawab sosial.

Karakteristik lain yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial adalah likuiditas, likuiditas menunjukkan hubungan antara kas dan asset lancar lainnya dari sebuah perusahaan dengan liabilitas lancarnya. Likuiditas merupakan suatu indikator mengenai kemampuan entitas untuk membayar semua liabilitas finansial jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan asset lancar yang tersedia. Perusahaan dengan likuiditas tinggi maka akan memberikan sinyal kepada perusahaan yang lain bahwa mereka lebih baik daripada perusahaan lain dengan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan

tanggung jawab sosial Kamil dan Herusetya (2012). Penelitian yang dilakukan oleh Kamil dan Herusetya (2012) menunjukkan hasil negatif dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial. Bernadi (2009) menunjukkan hasil negatif dan tidak signifikan likuiditas perusahaan terhadap tanggung jawab sosial. Sedangkan Saputro, Fachrurozie dan Agustina (2013), Rahajeng (2010) menunjukkan hasil positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sehingga likuiditas perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Solvabilitas juga diduga mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Solvabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban saat perusahaan tersebut likuidasi. Suatu perusahaan dikatakan *solvable* apabila memiliki asset dan kekayaan yang cukup untuk menutup liabilitasnya, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan likuidasi Kamil dan Herusetya (2012). Penelitian yang dilakukan oleh Kamil dan Herusetya (2012), Septianingsih (2014) menunjukkan hasil negatif dan signifikan solvabilitas perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Namun hasil berbeda diungkapkan oleh Tovani (2014), Fajrina (2014), Rahajeng (2010) menunjukkan hasil positif dan signifikan yang berarti solvabilitas mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Ukuran perusahaan juga diduga mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan dengan total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata

penjualan dan rata-rata total aktiva. Jadi ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan Sitisukfayah (2010). Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar dapat lebih bertahan daripada perusahaan dengan ukuran yang lebih kecil, karena semakin besar entitas, semakin besar pula sumber daya yang dimiliki entitas tersebut. Oleh karena itu, suatu entitas lebih banyak berhubungan dengan *stakeholders*, sehingga diperlukan tingkat pengungkapan atas aktivitas entitas yang lebih besar, termasuk pengungkapan dalam tanggung jawab sosial (Kamil dan Herusetya 2012). Penelitian yang dilakukan oleh Kamil dan Herusetya (2012), Nur dan Priantinah (2012), Bernadi (2009), Sembiring (2005) menunjukkan hasil positif dan signifikan yang artinya ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Namun hasil penelitian yang berbeda diungkapkan oleh Anggraini (2006) menunjukkan hasil positif dan tidak signifikan berarti ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Berikutnya umur perusahaan juga merupakan salah satu karakteristik perusahaan yang dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial. Umur perusahaan merupakan satu variabel penting dalam perjalanan suatu perusahaan. Umur perusahaan dapat mencerminkan seberapa besar perusahaan tersebut. Perusahaan akan membuat perusahaan yang bersangkutan memahami apa yang diinginkan oleh *stakeholder* dan *shareholdernya*. Penambahan variabel umur perusahaan dikarenakan semakin lama perusahaan berdiri, perusahaan tersebut semakin dapat menunjukkan eksistensi dalam sosial lingkungannya dan

semakin bisa meningkatkan kepercayaan investor (Dewi dan Keni, 2013). Perusahaan yang lebih tua juga akan lebih mengerti informasi-informasi apa saja yang seharusnya diungkapkan dalam laporan tahunan sehingga perusahaan akan mengungkapkan informasi-informasi yang memberikan pengaruh positif bagi perusahaan seperti informasi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Karakteristik terakhir yang diduga dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial adalah tipe industri. Tipe industri dapat diukur dengan membedakan *high-profile* dan *low-profile*. Penambahan variabel tipe industri ini diduga perusahaan yang tergolong *High Profile* mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan sehingga perusahaan mendapatkan sorotan oleh masyarakat luas mengenai aktivitas perusahaannya. Sebaliknya perusahaan yang *low-profile*, perusahaan harus memperhatikan lingkungan dan masyarakat luas mengenai aktivitas perusahaannya meskipun dalam melakukan aktivitasnya tersebut perusahaan melakukan kesalahan atau kegagalan pada proses maupun hasil produksinya.

Dari hasil penelitian-penelitian sebelumnya mengenai pengaruh tanggung jawab sosial, profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memberikan hasil yang tidak konsisten. Oleh karena itu, penelitian ini layak untuk diteliti kembali. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan Kamil dan Herusetya (2012) tentang pengungkapan tanggung jawab sosial, dengan variabel profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, dan ukuran perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Kamil dan Herusetya (2012)

adalah penelitian ini menambahkan dua variabel independen yaitu, umur perusahaan dan tipe industri.

1.2 Rumusan Masalah

Menurut teori *Stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*-nya. Para *stakeholder* inilah yang menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengungkap atau tidak suatu informasi di dalam laporan perusahaan tersebut, dengan tujuan utama yaitu untuk membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan penciptaan nilai sebagai dampak dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan dan meminimalkan kerugian yang mungkin muncul bagi *stakeholder*. Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa ada beberapa karakteristik yang memengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Karakteristik yang diduga mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial adalah: profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan tipe industri. Dengan demikian pertanyaan penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
- 2) Bagaimana likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
- 3) Bagaimana solvabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

- 4) Bagaimana ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
- 5) Bagaimana umur perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
- 6) Bagaimana tipe industri berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

1.3 Tujuan penelitian

Dari penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian ini adalah :

- 1) Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?
- 2) Untuk menganalisis pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?
- 3) Untuk menganalisis pengaruh solvabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?
- 4) Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?
- 5) Untuk menganalisis pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?
- 6) Untuk menganalisis tipe industri terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ?

1.4 Manfaat penelitian

1) Bagi akademis dan pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya pada bidang akuntansi. Hasil penelitian ini diharapkan juga dapat menambah wawasan bagi para pembaca, dan menjadi bahan referensi, bahan diskusi, bahan kajian lanjut berikutnya mengenai pengaruh karakteristik perusahaan terhadap luas pengungkapan kegiatan *corporate social responsibility*.

2) Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang pengaruh karakteristik perusahaan terhadap luas pengungkapan kegiatan *corporate social responsibility* : profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan tipe industri terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial, dan dapat memberikan penjelasan tentang pentingnya pertanggung jawaban sosial perusahaan yang diungkapkan dalam laporan sebagai pertimbangan bagi perusahaan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih peduli terhadap lingkungan sosial. Dan memberikan interpretasi sehubungan dengan perilaku perusahaan manufaktur dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaannya.

3) Bagi investor dan Calon Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sehingga dijadikan sebagai acuan untuk pengambilan keputusan investasi.