

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini masyarakat memandang perusahaan hanya bertujuan untuk mendapatkan laba yang setinggi-tingginya tanpa memperhatikan dampak yang muncul dalam kegiatan usahanya kini sudah tidak dapat diterima lagi. Perkembangan dibidang usaha saat ini mengharuskan perusahaan untuk meningkatkan kepeduliannya terhadap lingkungan sosial. Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan manajemen dan pemilik modal perusahaan (investor dan kreditor) tetapi juga karyawan, konsumen, masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan.

Kesadaran masyarakat akan peran perusahaan dalam lingkungan sosial pun semakin tinggi. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan telah melakukan tanggung jawab sosialnya atau sering disebut *Corporate Social Responsibility*.

Sebuah organisasi dunia *World Bisnis Council for Sustainable Development* (WBCD) menyatakan bahwa CSR adalah suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat atau masyarakat luas, bersama dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarga. (Purnasiwi, 2011)

Wahyudi (2008:35) dalam Putri (2014) mendefinisikan secara lebih luas CSR sebagai komitmen perusahaan yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa yang baik bagi masyarakat sekitar tetapi juga mempertahankan kualitas lingkungan sosial maupun fisik, dan memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan komunitas tempat mereka berada sehingga menekankan pada bagaimana perusahaan memberikan apa yang masyarakat inginkan. Praktik CSR dianggap sangat penting oleh perusahaan karena selain berorientasi

terhadap laba, perusahaan juga harus bertanggung jawab terhadap masalah sosial yang mereka timbulkan sebagai akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Sehingga, praktik CSR dianggap sebagai suatu gagasan yang tidak hanya mengacu pada *single bottom line* yaitu tanggung jawab perusahaan yang hanya direfleksikan melalui kondisi keuangannya (*financial*) saja tetapi mengacu pada *triple bottom lines* yang juga harus ikut memperhatikan masalah lingkungan dan sosial. Dengan adanya praktik CSR maka perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan publik terkait pencapaian usaha perbaikan yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat yang merupakan bagian dari para *stakeholders*. Menurut Kurniawansyah (2013) dalam Putri (2014) perusahaan dan masyarakat adalah dua buah elemen yang memiliki hubungan saling terkait dalam menjalankan aktivitasnya dengan saling memberi dan membutuhkan.

Para manajer secara sukarela terdorong untuk mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan agar dapat menarik para investor dan meningkatkan citra perusahaan, terutama disaat mereka melakukan pengelolaan laba. Konflik bisa timbul ketika tindakan oportunitis manajemen yang hanya mementingkan kepentingan pribadi mereka, sehingga dapat merugikan pemegang saham (*shareholder*) atau investor karena informasi laba yang diinformasikan dapat menyebabkan keputusan investasi yang salah. Tindakan oportunitis tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti memilih kebijakan akuntansi tertentu, sehingga laba perusahaan dapat diatur, dinaikkan atau diturunkan sesuai dengan keinginannya. (Bowo, 2014)

Di Indonesia sendiri, wacana mengenai kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan dan tanggung jawab sosial telah diatur dalam UU Perseroan Terbatas No 4 pasal 74 tahun 2007 yang menyebutkan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha yang berhubungan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan

lingkungan. Dalam Pasal 66 ayat 2c UU No. 40 tahun 2007, dinyatakan bahwa semua perseroan wajib untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan. Pengungkapan informasi pelaksanaan kegiatan CSR telah dianjurkan dalam PSAK No.1 tahun 2009 tentang Penyajian Laporan Keuangan, bagian Tanggung Jawab atas Laporan Keuangan paragraf 09. (Jalal, 2007 dalam Kristi, 2013)

Adapun dampak sosial yang ditimbulkan oleh suatu perusahaan tentunya tidak selalu sama, banyak faktor yang membedakan satu perusahaan dengan perusahaan lainnya walaupun mereka berada dalam satu jenis usaha yang sama. Faktor-faktor yang membedakan perusahaan disebut juga karakteristik perusahaan, yang diantaranya adalah *size* (ukuran perusahaan), tingkat likuiditas, tingkat profitabilitas, tingkat leverage, kendala sosial yang dimiliki, umur perusahaan, profil perusahaan, struktur dewan komisaris, negara pemilik suatu perusahaan, negara tempat didirikannya perusahaan, dll. Semakin kuat karakteristik yang dimiliki suatu perusahaan tersebut dalam menghasilkan dampak sosial bagi publik tentunya akan semakin kuat pula pemenuhan tanggung jawab sosialnya kepada publik. (Veronica, 2009 dalam Maulana dan Yuyetta, 2014)

Maulana dan Yuyetta (2014) melakukan penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR. Amalia (2013) juga meneliti tentang pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR dan mempunyai hasil yang sama yaitu profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Namun penelitian dari Putri (2014) mempunyai hasil yang berbeda, yaitu profitabilitas berpengaruh kuat terhadap pengungkapan CSR.

Variabel kedua dalam pengungkapan CSR adalah *leverage*. Maulana dan yuyetta (2014) melakukan penelitian tentang pengaruh leverage terhadap pengungkapan CSR. Hasil

dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hasil ini juga didukung oleh Nur dan priantinah (2012) yang juga menyatakan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh Nasir, Kurnia dan Hakri (2013) mempunyai hasil yang berbeda yaitu leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Variabel ketiga dalam pengungkapan CSR adalah *firm's size* atau ukuran perusahaan. Maulana dan yuyetta (2014) melakukan penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan pengungkapan CSR. Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh oleh Nasir, Kurnia dan Hakri (2013) mempunyai hasil yang berbeda yaitu ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Variabel keempat dalam pengungkapan CSR adalah ukuran dewan komisaris perusahaan. Maulana dan yuyetta (2014) melakukan penelitian mengenai ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR. Hasil dari penelitian tersebut adalah dewan komisaris berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan CSR. Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh Trisnawati (2014) mempunyai hasil yang berbeda yaitu ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Variabel kelima dalam pengungkapan CSR adalah *Media Exposure*. Kristi (2013) melakukan penelitian mengenai *media exposure* terhadap pengungkapan CSR. Hasil dari penelitian tersebut adalah media exposure berpengaruh secara signifikan dengan arah koefisien positif terhadap tingkat pengungkapan CSR perusahaan. Tetapi penelitian ini berbeda dengan Nur dan Priantinah (2012) bahwa *media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Dari fenomena-fenomena yang terjadi dan hasil dari hasil penelitian terdahulu yang terdapat beberapa variabel yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR masih menunjukkan hasil yang berbeda antara hasil penelitian yang satu dengan penelitian yang lainnya. Hal inilah yang akan menjadi *research gap* dalam penelitian ini, sehingga sangat menarik dan perlu dilakukan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan *research gap* tersebut.

Oleh karena itu dengan adanya perbedaan hasil antara beberapa penelitian tersebut penelitian ini layak untuk diteliti kembali. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Maulana dan Yuyetta (2014) tentang pengungkapan CSR. Adapun perbedaan dari penelitian sebelumnya adalah terdapat pada tahun data yang akan dikelola sebagai data penelitian. Pada Penelitian yang dilakukan oleh Maulana dan yuyetta (2014) mengambil data laporan keuangan perusahaan asuransi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2012. Sedangkan data penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan sampel perusahaan asuransi yang mempublikasikan laporan keuangan dari periode 2011-2015, Selain itu dalam penelitian ini akan menambah variabel *media exposure* sebagai variabel independen.

1.2 Rumusan Masalah

Pengungkapan tanggung jawab sosial pada masa ini sudah menjadi sebuah kewajiban bagi perusahaan, para manajer berlomba-lomba untuk mengungkapkan tanggungjawab sosial perusahaan hal ini dikarenakan para manajer ingin para investor melihat *goodnews* dari perusahaan mereka sehingga para investor ingin menanamkan investasi di perusahaan tersebut. Sudah banyak peneliti yang telah meneliti tentang pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial ini dan hasilnya pun berbeda-beda sehingga sangat menarik untuk diteliti kembali oleh penulis, penulis mereplikasi dari

penelitian yang dilakukan oleh Maulana dan Yuyetta (2014) dengan merubah tahun penelitian dan menambah satu variabel independen yaitu variabel *Media Exposure*.

Dari latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahan utama pada penelitian ini adalah adanya perbedaan hasil penelitian pada peneliti terdahulu. Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *profitabilitas* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial ?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial ?
3. Apakah *firm's size* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial ?
4. Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial ?
5. Apakah *media exposure* berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *profitability* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR).
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR).
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *firm's size* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR).
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR).

5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *media exposure* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR).

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya pada bidang akuntansi. Hasil penelitian ini juga diharapkan menjadi media referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial.

2. Manfaat Praktis

1. Bagi Pihak Perusahaan/ Manajemen

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi perusahaan untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan mengenai pengungkapan tanggungjawab perusahaan dalam laporan keuangan yang disajikan.

2. Bagi Investor dan Calon Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran laporan keuangan tahunan sebuah perusahaan sehingga dapat menjadi acuan untuk pembuatan keputusan investasi. Penelitian ini diharapkan akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.

3. Bagi Masyarakat

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