

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini berubahnya keadaan lingkungan dan kegiatan pekonomian di ruang lingkup usaha seperti adanya daya saing yang tinggi, tingginya biaya ekonomi, ada undang undang perburuhan, dan ada reformasi birokrasi, karnanya perusahaan di haruskan lebih detail dalam menyajikan berbagai informasi mengenai perusahaanya. Perusahaan dan masyarakat merupakan kedua pihak yang saling berkaitan yang mana kedua elmen tersebut dapat memberikan tingkat keberhasilan ekonomi pada suatu negara/bangsa. Dengan begitu guna mempertahankan kesetabilan tersebut, kesadaran oleh setiap entitas menjadi sangat penting dan harus di miliki untuk mengetahui bahwa tidak hanya memperhatikan ke untungan perusahaan semata namun perlunya memperhatikan tanggung jawab sosial agar terlaksananya keselarasan antara perusahaan dengan masyarakat. hal ini membuat pentingnya fungsi tanggung jawab sosial perusahaan untuk diimplementasikan dan di perhatikan. Supaya dapat diantisipasi dengan mudah keadaan di luar entitas yang selalu berubah dan supaya entitas bisa memperoleh persaingan perusahaan di haruskan lebih detail dalam menyajikan berbagai informasi mengenai perusahaanya.

Adapun informasi yang harus disajikan yang nantinya menjadi keuntungan bagi entitas itu sendiri yaitu tentang (CSR) atau sama halnya dengan informasi mengenai tanggung jawab perusahaan kepada sosial. Tanggung jawab perusahaan

kepada sosial adalah korelasi secara seluruh hubungan perusahaan dengan para pengguna informasinya, yaitu *customer*, publik, pemodal atau investor, pemasok dan masyarakat. CSR dimaksudkan supaya di dalam ruang lingkup usaha memperkecil kejadian yang tidak di inginkan dalam segi sosial dan lingkungan yang di akibatkan oleh semua aktifitas perusahaan. Ketika Pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) pada akhir juni 2007 menyetujui bahwa CSR masuk ke dalam amandemen RUU tentang PT (Perseroan Terbatas) yang mana CSR adalah suatu kewajiban, informasi ini mendapatkan perhatian penuh oleh para pebisnis, publik, masyarakat, organisasi organisasi dan kalangan pengusaha besar. Pada dasarnya CSR adalah kesepakatan keberlanjutan dari entitas untuk bertanggung jawab dalam aspek sosial, ekonomi dan lingkungan ke pada pihak yang merasakan dampaknya akibat dari keberadaan dan aktifitas perusahaan. Beberapa bentuk pertanggungjawaban itu sendiri dapat berupa pencegahan dampak buruk yang di sebabkan perusahaan ke pada lingkungan dan pihak yang terkena dampaknya serta bertanggung jawab untuk mencerdaskan karyawan, masyarakat sekitar perusahaan, pemasok dan *customer*.

Menurut (Pambudi, 2006), cara pandang perusahaan terhadap CSR terdapat berbagai macam cara pandang, hal ini bisa dianggap sebagai hal yang penting dan bisa di anggap sebagai hal yang tidak penting. Cara pandang inilah yang kemudian akan berpengaruh kepada perusahaan sebagai pelaku praktek CSR dan yang nantinya dapat menentukan penyajian informasi tentang CSR yang disusun oleh perusahaan. Ada 3 (tiga) cara pandang perusahaan tentang penyajian CSR. (1) sebagai jurus perusahaan yang nantinya akan memperoleh manfaat

kembali bagi perusahaan. (2) adalah suatu kewajiban atau keharusan karena suatu saat nanti akan datang UU yang mewajibkan penerapannya. (3) hal itu di luar kepatuhan perusahaan di karenakan perusahaan adalah bagian dari pada komunitas. Oleh karena itu anggapan yang masih lemah tentang penerapan peraturan mengenai CSR perusahaan menjadi kendala - kendala sosial yang harus di tangani oleh perusahaan di Indonesia, sebagai pemisalan yakni tentang peraturan karyawan dan pencemaran terhadap lingkungan. Selain itu, dalam PSAK (Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan) No.1 (revisi 2004) paragraf (9) bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) ke pada publik menggunakan laporan tahunan perusahaan masih bersifat suka rela (Putra, 2011). (PSAK) No.1 (revisi 2004) paragraf (9) sangat jelas mengusulkan pendapat untuk menyajikan bentuk pertanggungjawaban terhadap masalah sosial, adalah sebagai berikut:

"Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (value added statement), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting." (Putra, 2011).

Selain pelaporan tahunan sebagai sarana penyajian CSR, kemajuan praktik CSR mendorong perusahaan untuk menyajikan suatu pelaporan yang tidak hanya berfokus pada keadaan keuangan saja tetapi juga harus menyajikan informasi berupa lingkungan dan sosial yang hal ini kemudian disebut *sustainability report* (Laporan Keberlanjutan) (Dwi, 2013). Arti dari *sustainability report* itu sendiri yaitu praktek pengungkapan, tolak ukur dan rangkaian usaha akuntabilitas dari kinerja suatu entitas atau organisasi di dalam meraih suatu tujuan dan keinginan dalam pembangunan berkelanjutan kepada para pengguna

kepentingan baik pengguna informasi dari dalam ataupun pengguna informasi dari luar (www.globalreporting.org). *Sustainability report* ini dibentuk dengan menggunakan referensi dari *Global Reporting Initiative (GRI)* yang mana sudah dikembangkan dari tahun 1990 dan dibuat secara sengaja terpisah dari laporan tahunan (Dwi, 2013).

Jika di lihat secara detail, perkembangan dan pertumbuhan dari CSR di Indonesia ini belum dapat di katakan berhasil, hal ini masih banyak membutuhkan perhatian dari berbagai pihak, baik dari pihak masyarakat luas, pemerintah dan pihak - pihak perusahaan, karena dalam dunia nyata masih banyak perusahaan yang belum melaksanakan praktek CSR didalam kegiatan usahanya. Dalam hal ini CSR dianggap kurang memberikan keuntungan yang positif terhadap perusahaan yang menerapkannya dikarenakan CSR merupakan bagian dari pada manajemen perusahaan itu sendiri. Namun jika mengacu pada Undang-undang yang tersedia, posisi dari pada CSR ini melekat secara resmi dengan manajemen perusahaan sehingga bentuk kegiatan dan program pelaksanaan di dalam CSR masih dalam kendali dan kewenangan manajemen perusahaan (Mapisangka, 2009: 40)

Dalam berbagai penelitian banyak faktor yang mempengaruhi penyajian CSR. Penelitian yang di lakukan (sembiring, 2005) ada beberapa karakteristik yang diindikasikan mempengaruhi CSR. Karakteristik tersebut meliputi ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage*. Penelitian yang dilakukan (Wakid et. al, 2011) ada 5 karakteristik mengenai faktor yang mempengaruhi CSR, faktor yang di adopsi adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, profile perusahaan, dewan

komisaris dan *leverage* keuangan perusahaan. Hal yang sama pada penelitian yang dilakukan (Pradnyani dan Sisdayani, 2015) dengan 5 faktor yang mempengaruhi CSR, faktor yang di adopsi meliputi ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, ukuran dewan komisaris dan kepemilikan saham publik.

Ukuran Perusahaan (*Company Size*) merupakan skala yang menjadi pengukur besar atau kecil pada suatu perusahaan. Jika di analisis dengan logika, suatu entitas yang besar akan lebih banyak dan besar juga dalam melaksanakan tanggung jawab sosial sehingga dapat menyajikan informasi yang lebih banyak dan lebih konkrit apabila entitas kecil sebagai pembanding (Putra, 2011). Perusahaan dengan ukuran relatif besar di anggap lebih mampu bersaing dan berjaya dari pada perusahaan yang relatif kecil, ini di karenakan adanya alasan bahwa perusahaan dengan ukuran relatif besar memiliki banyak sumber daya dan aset yang banyak sehingga di anggap akan dapat bertahan. karna semakin besar entitas milik perusahaan sehingga akan berdampak bagi entitas tersebut, yakni akan banyak hubungan dengan (*stake holder*), oleh karnanya di perlukan tingkat penyajian dari pada aktifitas entitas yang lebih besar, termasuk dalam mengungkapkan (CSR) (kamil dan Herusetya, 2012). Jumlah karyawan atau tenaga kerja yang ada di dalam suatu perusahaan juga dapat menjadi tolak ukur besar atau kecil suatu perusahaan (Sembiring, 2005). Skala ukuran perusahaan dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan mereka. Perusahaan besar cenderung akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan mendapatkan keuntungan bersih dari adanya suatu produktifitas barang atau jasa yang dilaksanakan perusahaan di dalam periode akuntansi, (Kusumadilaga, 2010 dalam Sriayu dan mimba, 2013). Persentase keuntungan yang tinggi pada suatu perusahaan menjelaskan jika perusahaan mampu untuk mendapatkan keuntungan di dalam aktifitas oprasional kesehariannya (caroline dan agaton, 2010). Sehingga perusahaan dapat lebih meningkatkan pertanggungjawaban sosial, serta menyajikan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan secara rinci dan luas (Kamil dan Herusetya, 2012).

Leverage adalah scala yang dijadikan tolak ukur atau dasar untuk menentukan perbiayaan asset didalam suatu perusahaan yang dibiayai oleh kreditur,(Hidayat, 2007 dalam Sriayu dan mimba, 2013). Tingkat leverage merupakan kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan kewajibanya ke pada pihak lain. Perusahaan yang mempunyai leverage tinggi memiliki kewajiban yang lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi krediturnya termasuk pengungkapan tanggung jawab sosial. Semakin tinggi tingkat leverage semakin besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit (Santioso dan Erline, 2012).

(Sembiring, 2005) mengungkapkan bahwa semakin banyaknya jumlah keanggotaan dewan komisaris akan menjadi lebih efektif, karena akan memudahkan kinerja pengendalian CEO dan memudahkan melakukan pengawasan. Bila dihubungkan dengan pengungkapan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan, alasan itu yang menuntut kepada manajemen untuk memperbesar pengungkapanya. Dengan demikian banyak ke anggotaan dewan

komisaris akan semakin memperluas pengungkapannya di dalam menyajikan informasi sosial dan lingkungan. Hal ini di karenakan sudah menjadi tugas dan kewenangan dewan komisaris.

Public Ownership (kepemilikan saham publik) masyarakat yang berada di indonesia dan memiliki saham - saham perusahaan yang beredar. Kepemilikan saham publik yang di maksud disini adalah jumlah saham beredar yang di miliki oleh publik. Perusahaan yang sahamnya di miliki oleh publik kemungkinan besar berpeluang lebih besar dalam hal pengungkapannya dalam melakukan tanggung jawab sosial dari pada perusahaan yang sahamnya tidak di miliki atau di kuasai oleh publik. Proporsi kepemilikan saham publik yang semakin besar, maka akan memperbesar pengguna informasinya juga, informasi disini adalah informasi terkait perusahaan. Sehingga banyak juga jenis - jenis informasi yang di sajikan didalam laporan tahunan.

Penelitian mengenai CSR telah banyak di lakukan oleh penelitian sebelumnya. (Pradnyani dan Sisdayani, 2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

(Murdi J, 2015) menyatakan bahwa H1: Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan Leverage berpengaruh signifikan negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

(Sriayu dan mimba, 2013) mengungkapkan bahwa Leverage berpengaruh signifikan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR), Company size berpengaruh signifikan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR). Profitability berpengaruh signifikan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR). Dewan komisaris berpengaruh terhadap corporate sosial responsibiliti dan kepemilikan saham publik berpengaruh terhadap corporate sosial responsibility

(Wakid et al, 2011) menyatakan bahwa H1: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, Profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan *Leverage* keuangan perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

(Sembiring, 2005) Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Berdasarkan penelitian – penelitian sebelumnya yang dilakukan mengenai pengaruh-pengaruh terhadap CSR masih relevan untuk dilakukan pengkajian ulang sehubungan dengan adanya ketidak konsistenan hasil penelitian. Oleh karna itu peneliti tertarik melakukan penelitian yang sama pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) .Penelitian ini melanjutkan penelitian (Pradnyani dan sisdayani, 2015) dengan mengadopsi beberapa faktor dan menambahkan faktor baru. Faktor yang diadopsi adalah

Corporate Size (Ukuran Perusahaan), *Profitability* (Profitabilitas), *Leverage* dan dewan komisaris. Sementara untuk faktor barunya adalah kepemilikan saham publik (*publik ownership*). Perbedaan yang ada pada penelitian ini dengan penelitian yang di lakukan sebelumnya yaitu tambahan variabel Kepemilikan Saham Publik. *Public Ownership* yaitu saham - saham perusahaan yang punyai oleh masyarakat yang ada di Indonesia. (Hasibuan, 2001 dalam Putra, 2011) menjelaskan bahwa semakin tinggi rasio/tingkat kepemilikan publik dalam perusahaan diprediksi akan melakukan tingkat pengungkapan yang lebih luas. Pengukuran mengenai proporsi kepemilikan saham yang di miliki oleh masyarakat dapat di peroleh menggunakan jumlah saham yang beredar di bagi jumlah saham perusahaan yang terkait di Indonesia. Perbedaan yang ke dua adalah pada tahun pengamatan yakni penelitian yang di lakukan (Pradnyani dan sisdayani, 2015) adalah selama dua (2) tahun pengamatan yaitu pada tahun 2009 dan 2010, sedangkan tahun pengamatan pada penelitian ini selama tiga (3) tahun pengamatan yaitu tahun 2013 – 2015. Adapun variabel yang di lakukan (Pradnyani dan sisdayani, 2015) adalah variabel Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*. Sedangkan pada penelitian ini variabel yang ada adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dewan komisaris dan kepemilikan saham public.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan (research gap) yakni penelitian yang di lakukan (Kamil dan Herusetya, 2012) mendapatkan hasil dimana ukuran perusahaan memiliki arah koefisien positif pada pengungkapan CSR, sedangkan (Oktariani, 2014)

memaparkan bahwasanya ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh pada pengungkapan CSR. Maka rumusan masalah yang timbul dan di ajuka adalah bagaimana untuk mengetahui faktor–faktor yang dapat mempengaruhi Tanggug Jawab Sosial Perusahaan (CSR). Sehingga timbul pertanyaan dalam penelitian (*question research*) ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Tanggug Jawab Sosial Perusahaan (CSR) ?
2. Bagaimana Pengaruh Profitabilitas Terhadap Tanggug Jawab Sosial Perusahaan (CSR) ?
3. Bagaimana Pengaruh *Leverage* Terhadap Tanggug Jawab Sosial Perusahaan (CSR) ?
4. Bagaimana Pengaruh Dewan Komisaris Terhadap Tanggug Jawab Sosial Perusahaan (CSR) ?
5. Bagaimana Pengaruh Kepemilikan Saham Publik Terhadap Tanggug Jawab Sosial Perusahaan (CSR) ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang di harapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk Menguji Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Tanggug Jawab Sosial Perusahaan (CSR).
2. Untuk Menguji Pengaruh Profitabilitas Terhadap Tanggug Jawab Sosial Perusahaan (CSR).
3. Untuk Menguji Pengaruh *Leverage* Terhadap Tanggug Jawab Sosial Perusahaan (CSR).

4. Untuk Menguji Pengaruh Dewan Komisaris Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR).
5. Untuk Menguji Pengaruh Kepemilikan Saham Publik Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR).

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Sebagai upaya untuk mendapatkan pengalaman yang berharga dalam menulis karya ilmiah dan memperluas wawasan dalam bidang auditing. Dan sebagai referensi bagi penelitian yang sama berikutnya.

2. Bagi Universitas

Menambah referensi sebagai perbandingan yang akan datang serta sebagai tambahan perpustakaan yang sudah ada.

3. Bagi Pembaca

Untuk menambah pengetahuan bagi pembaca mengenai pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR).