

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Community development merupakan cikal bakal dari munculnya CSR. *Community development* (comdev) dengan berbagai istilah banyak dikenal dengan *community empowerment developing program*, *community based resources management*, *community based development management*. *Community development* dengan programnya yang didedikasikan pada peningkatan kesejahteraan masyarakat, masalah pekerjaan, peningkatan pendidikan, kesehatan masyarakat, penguatan kelembagaan lokal serta tersedianya *basic* infrastruktur yang memadai.

Pada tahun 1990-an muncul istilah *corporate social responsibility* (CSR). Pemikiran yang melandasi CSR yang sering dianggap inti dari etika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas. Tanggung jawab sosial dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk di dalamnya adalah pelanggan atau *customer*, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga kompetitor.

Perkembangan CSR secara konseptual baru dikemas sejak tahun 1980-an yang dipicu sedikitnya oleh 5 hal berikut: (1) Maraknya fenomena “*take over*” antar korporasi yang kerap dipicu oleh keterampilan rekayasa finansial. (2) Runtuhnya tembok Berlin yang merupakan simbol tumbangannya paham komunis dan semakin kokohnya imperium kapitalisme secara global. (3) Meluasnya operasi perusahaan multinasional di negara-negara berkembang, sehingga diuntut supaya memperhatikan: HAM, kondisi sosial dan perlakuan yang adil terhadap buruh. (4) Globalisasi dan menciutnya peran sektor publik (pemerintah) hampir di seluruh dunia telah menyebabkan tumbuhnya LSM (termasuk asosiasi profesi) yang memusatkan perhatian mulai dari isu kemiskinan sampai pada kekuatiran akan punahnya berbagai spesies baik hewan maupun tumbuhan sehingga ekosistem semakin labil. (5) Adanya kesadaran dari perusahaan akan arti penting merk dan reputasi perusahaan dalam membawa perusahaan menuju bisnis berkelanjutan.

Di Indonesia wacana mengenai CSR mulai mengemuka pada tahun 2001, namun sebelum wacana ini mengemuka telah banyak perusahaan yang menjalankan CSR dan sangat sedikit yang mengungkapkannya dalam sebuah laporan. Hal ini terjadi mungkin karena kita belum mempunyai sarana pendukung seperti: standar pelaporan, tenaga terampil (baik penyusun laporan maupun auditornya). Di samping itu sektor pasar modal Indonesia juga kurang mendukung dengan belum adanya penerapan indeks yang memasukkan kategori saham-saham perusahaan yang telah

mempraktikkan CSR. Sebagai contoh, New York Stock Exchange memiliki Dow Jones Sustainability Index (DJSI) bagi saham-saham perusahaan yang dikategorikan memiliki nilai *corporate sustainability* dengan salah satu kriterianya adalah praktik CSR. Begitu pula London Stock Exchange yang memiliki *Socially Responsible Investment (SRI) Index* dan *Financial Times Stock Exchange (FTSE)* yang memiliki FTSE 4Good sejak 2001.

CSR sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini *bottom lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila, perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya.

CSR di Indonesia diatur dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Pasal 74 ayat 1 Undang-undang tersebut menyebutkan bahwa "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan

tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Dalam Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, pasal 15 (b) menyatakan bahwa ”setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”.

Para pengusaha berargumen bahwa CSR tidak boleh dipaksakan karena bersifat sukarela dan menjadi bagian dari strategi perusahaan. Pemerintah mewajibkan perseroan menyalurkan dana CSR, hal ini merugikan kepentingan pemegang saham karena akan meningkatkan biaya (*costs*) dan menurunkan laba perseroan. Penurunan laba berdampak pada penurunan jumlah dividen yang diterima pemegang saham dan nilai ekuitas perusahaan.

Tujuan jangka panjang perusahaan mengoptimalkan nilai perusahaan. Jensen (2001) dalam Rawi dan Muchlish (2010) menyatakan bahwa untuk memaksimalkan nilai perusahaan dalam jangka panjang (tidak hanya nilai ekuitas, tetapi juga semua klaim keuangan seperti utang, *warrant*, maupun saham preferen) manajer dituntut untuk membuat keputusan yang memperhitungkan kepentingan semua *stakeholder*, sehingga manajer akan dinilai kinerjanya berdasarkan kemampuan mencapai tujuan atau mampu mengimplementasikan strategi untuk mencapai tujuan ini. Penyatuan kepentingan pemegang saham, *debtholders*, dan manajemen yang merupakan pihak-pihak yang mempunyai kepentingan terhadap tujuan perusahaan seringkali menimbulkan masalah-masalah (*agency problem*). *Agency problem* dapat

dipengaruhi oleh struktur kepemilikan (kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional).

Kepemilikan manajemen memperoleh keuntungan khusus atas pengungkapan CSR dari pemegang saham lainnya, struktur kepemilikan modal harus memegang peranan dalam penetapan tingkat pengungkapan CSR. Demsetz dan Fama (1983) dalam Rawi dan Muchlish (2010) menyatakan, tingkat kepemilikan manajemen yang tinggi cenderung untuk tetap bertahan, dimana manajemen melakukan pengungkapan CSR dengan mudah.

Struktur kepemilikan lain yaitu kepemilikan institusional, dimana umumnya dapat bertindak sebagai pihak yang memonitor perusahaan. Perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar (lebih dari 5%) mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen.

Berbagai penelitian yang terkait dengan CSR menunjukkan keanekaragaman hasil. Seperti penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara *size* perusahaan dengan CSR yang dilakukan oleh Cahya (2010). Singh dan Ahuja (1983) dalam Sembiring (2005) tidak menemukan hubungan antara kedua variabel tersebut, sedangkan Cowen *et. al.*, (1987) dalam Sembiring (2005) menemukan bahwa hubungan hanya terjadi dengan beberapa kategori CSR tersebut bukan secara keseluruhan. Keanekaragaman hasil tersebut sebagian disebabkan karena model yang dikembangkan merupakan model yang

sangat sederhana dan pengukuran yang digunakan juga tidak konsisten (Belkaoui dan Karpik, 1989 dalam Sembiring, 2005).

Pengungkapan mengenai CSR mencerminkan suatu pendekatan perusahaan dalam melakukan adaptasi dengan lingkungan yang dinamis dan bersifat multidimensi. Hubungan antara CSR dan profitabilitas perusahaan telah diyakini mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial yang sama dengan gaya manajerial yang dilakukan pihak manajemen untuk membuat suatu perusahaan memperoleh keuntungan (Bowman dan Haire, 1976 dalam Sembiring, 2005). Heinze (1976) dalam Sembiring (2005) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan CSR kepada pemegang saham.

Mengacu pada Jensen (1986) dan Zweibel (1996) dalam Rawi dan Muchlish (2010), menyatakan bahwa saat perusahaan mempunyai utang bunga yang tinggi, kemampuan manajemen untuk berinvestasi lebih pada pengungkapan CSR rendah.

Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis. Penelitian Basamalah *et. al.*, (2005) dalam Rawi dan Muchlish (2010) yang melakukan review atas *social and environmental reporting and auditing* dari dua perusahaan di Indonesia, yaitu PT Freeport Indonesia dan PT Inti Indorayon,

mendukung prediksi *legitimacy theory*. Dengan melakukan pengungkapan CSR, perusahaan merasa keberadaan dan aktivitasnya terlegitimasi. Perusahaan berusaha mencari pembenaran dari *stakeholder* dalam menjalankan aktivitas perusahaannya, semakin kuat posisi *stakeholder*, semakin besar kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan para *stakeholder* nya.

Peran perusahaan di masyarakat dalam CSR dapat dilihat dari beberapa kebijakan *top* manajemen tentang lingkungan sosial dan mendukung sepenuhnya mengenai isu-isu lingkungan sosial perusahaan, kegiatan akuntansi sosial dilaporkan baik secara internal maupun eksternal perusahaan, dan karyawan perusahaan mendapat dukungan mengikuti pelatihan secara berkesinambungan tentang akuntansi dan lingkungan sosial perusahaan.

Penelitian ini mengacu dari penelitian sebelumnya yang dilakukan Rawi dan Muchlish (2010) yang berjudul kepemilikan manajemen, kepemilikan institusi, *leverage* dan *corporate social responsibility* dengan menambahkan variabel *size* dan profitabilitas dari penelitian Sembiring (2005) yang berjudul Karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian ini berjudul “Pengaruh kepemilikan manajemen, kepemilikan institusi, *size*, profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*”. Sedangkan kinerja perusahaan, *growth*, perubahan *return* dan umur perusahaan dalam penelitian ini sebagai variabel kontrol. Variabel kontrol digunakan untuk

menetralkan pengaruh variabel- variabel luar yang tidak perlu, dan atau menjembatani hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Selain itu tujuan digunakan variabel kontrol adalah untuk mengeleminir kemungkinan kesalahan dalam pengambilan kesimpulan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di muka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap CSR?
2. Apakah kepemilikan institusi berpengaruh negatif terhadap CSR?
3. Apakah *size* berpengaruh positif terhadap CSR?
4. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR?
5. Apakah *leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap CSR?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk memberikan bukti empiris:

1. Pengaruh positif kepemilikan manajemen terhadap CSR.
2. Pengaruh negatif kepemilikan institusi terhadap CSR.
3. Pengaruh positif *size* terhadap CSR.
4. Pengaruh positif profitabilitas terhadap CSR.
5. Pengaruh negatif *leverage* perusahaan terhadap CSR.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Kontribusi pada pengembangan teori, terutama dalam bidang akuntansi mengenai pengaruh kepemilikan manajemen, institusi, *size*, profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan CSR, dan diharapkan dapat dipakai sebagai acuan untuk riset-riset mendatang.
2. Kontribusi bagi pengembangan praktik, diharapkan akan memberikan kontribusi bagi manajemen perusahaan untuk memberikan wawasan dalam hal kepemilikan manajemen, institusi, *size*, profitabilitas dan *leverage* yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
3. Dengan hasil analisis ini diharapkan, dapat meningkatkan kesadaran perusahaan akan pentingnya melakukan tanggung jawab sosial perusahaan.