

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan sebagai salah satu pelaku ekonomi mempunyai pengaruh yang besar terhadap kehidupan perekonomian dan masyarakat luas sehingga manajemen perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada investor dan kreditor tetapi juga kepada golongan masyarakat luas yang lain. Suwardjono (1989) dalam Suwaldiman (2000) menyatakan bahwa badan usaha yang besar sebenarnya adalah semacam lembaga masyarakat yang merupakan wadah untuk bekerja sama dalam menjalankan perusahaan berskala besar.

Dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya, perusahaan memiliki tanggung jawab kepada beberapa pihak (Suwaldiman, 2000), yaitu:

1. Kepada para investor dan kreditor karena badan usaha (perusahaan) menarik dana dari berbagai individu dalam masyarakat dengan berbagai hak yang melekat didalamnya.
2. Kepada kelompok masyarakat yang terdiri atas pekerja dan organisasinya (serikat pekerja) karena perusahaan mempekerjakan sejumlah besar pegawai dan buruh dengan masing-masing perjanjian.
3. Kepada kelompok masyarakat konsumen yang peka terhadap kualitas dan perubahan harga karena badan usaha memproduksi barang dan jasa untuk kepentingan konsumen.

4. Kepada pemerintah dan kelompok masyarakat yang mendapat manfaat dari kegiatan pemerintahan karena badan usaha berkewajiban untuk membayar pajak sesuai dengan peraturan pemerintah.
5. Kualitas lingkungan alam dan sosial kepada pemerintah dan masyarakat karena badan usaha dalam beraktivitas menggunakan sumber daya alam, menimbulkan polusi air, tanah dan udara.

Semua tanggung jawab tersebut merupakan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan pihak manajemen dalam rangka mencapai tujuan sosial ekonomi perusahaan. Tanggung jawab manajemen tidak hanya terbatas atas pengelolaan dana ke dalam perusahaan kepada investor dan kreditor, tetapi juga meliputi dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan terhadap lingkungan alam dan sosialnya.

Dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tentunya diperlukan informasi, sebab dengan adanya informasi dapat digunakan untuk pengambilan keputusan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Adanya informasi yang lengkap, akurat, serta tepat waktu memungkinkan para pihak yang membutuhkan informasi tersebut untuk melakukan pengambilan keputusan secara rasional, sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan. Menurut Undang-undang Pasar Modal no. 8 tahun 1995 pasal 1, informasi atau fakta material adalah informasi atau fakta penting dan relevan mengenai peristiwa, kejadian atau fakta yang dapat mempengaruhi harga efek pada Bursa Efek, dan atau keputusan pemodal, calon pemodal atau pihak lain yang berkepentingan atas informasi atau fakta tersebut (Eddy, 2005).

Menurut Gray *et al.* (1987) dalam Eddy (2005), tumbuhnya kesadaran publik akan peran perusahaan di tengah masyarakat melahirkan kritik karena menciptakan masalah sosial, polusi, sumber daya, limbah, mutu produk, tingkat *safety* produk, serta hak dan status tenaga kerja. Tekanan dari berbagai pihak memaksa perusahaan untuk menerima tanggung jawab atas dampak aktivitas bisnisnya terhadap masyarakat. Perusahaan dihimbau untuk bertanggung jawab terhadap pihak yang lebih luas daripada kelompok pemegang saham dan kreditor saja.

Freedman (1962) dalam Eddy (2005) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan untuk memaksimalkan laba tidak secara universal lagi diterima. Gray *et al.* (1995) dalam Eddy (2005) menyatakan bahwa beberapa institusi akuntansi mulai mempertimbangkan akuntansi sosial perusahaan pada pertengahan tahun 70-an yang bertujuan untuk mengakomodasi kebutuhan perusahaan dalam melaporkan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat. Kemajuan yang dicapai tentang perkembangan pertanggungjawaban sosial perusahaan menunjukkan perkembangan yang sangat lambat.

Menurut Hackston dan Milne (1996) dalam Eddy (2005), walaupun fenomena pengungkapan tanggung jawab sosial telah muncul lebih dari dua dekade, penelitian tentang praktik pengungkapan tanggung jawab sosial, sepertinya terpusat di Amerika Serikat, *United Kingdom* dan Australia. Hanya sedikit penelitian yang dilakukan di negara lain, seperti Kanada, Jerman, Jepang, Selandia Baru, Malaysia, Singapura dan Indonesia. Di Indonesia penelitian tentang praktik pengungkapan tanggung jawab sosial antara lain dilakukan oleh Henny dan Murtanto (2001), Eddy (2003), Reni (2006) dan Eddy (2005).

Hasil penelitian mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan oleh para peneliti yang berasal dari berbagai negara menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan seperti yang disebutkan dalam Eddy (2005), antara lain Kelly (1981), Trotman dan Bradley (1981), Pang (1982), Belkaoui dan Karpik (1989), Patten (1991, 1992), Hackston dan Milne (1996), Adams *et al.* (1998) dan Gray *et al.* (2001).

Singh dan Ahuja (1983) dalam Eddy (2005) tidak menemukan hubungan antara kedua variabel tersebut, sedangkan Cowen *et al.* (1987) dalam Eddy (2005) menemukan bahwa hubungan hanya terjadi dengan beberapa kategori tanggung jawab sosial tersebut bukan secara keseluruhan. Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Eddy (2005), keanekaragaman hasil tersebut sebagian disebabkan karena model yang dikembangkan merupakan model yang sangat sederhana dan pengukuran yang digunakan juga tidak konsisten.

Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan laba merupakan hal sulit untuk dipahami (Eddy, 2005). Freedman dan Ulmann (1986), Belkaoui dan Karpik (1989), Hackston dan Milne (1996) tidak menemukan adanya hubungan antara kedua variabel tersebut, sedangkan Donovas dan Gibson (2000), Freedman dan Jaggi (1988) menemukan hubungan yang negatif antara kedua variabel tersebut (Eddy, 2005). Selain itu, Bowman dan Haire (1976) serta Preston (1978) berhasil menemukan hubungan yang signifikan sedangkan Gray *et al.* (2001) menemukan hubungan yang bervariasi setiap tahun untuk kedua variabel tersebut

Hubungan antara tipe industri dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga terjadi ketidakkonsistenan hasil (Eddy, 2005). Hackston dan Milne (1996), Patten (1991), Roberts (1992) serta Gray *et al.* (2001) dalam Eddy (2005), menemukan hubungan yang positif dari kedua variabel tersebut. Kelly (1981), Davey (1982), Ng (1985), Cowen *et al.* (1987) tidak menemukan hubungan antara kedua variabel tersebut (Eddy, 2005).

Hubungan antara *leverage* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh Belkaoui dan Karpik (1989) serta Cormier dan Magnan (1999) menemukan hubungan yang negatif signifikan antara kedua variabel tersebut (Eddy, 2005). Suda dan Kokubu (1994) serta Kokubu (2001) tidak menemukan hubungan antara kedua variabel tersebut sedangkan Roberts (1992) menemukan hubungan yang positif antara kedua variabel tersebut (Eddy, 2005).

Reni (2006) melakukan penelitian terhadap pengungkapan informasi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial pada perusahaan di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan kepemilikan manajemen dan tipe perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial. Penelitian ini tidak berhasil membuktikan pengaruh ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas terhadap kebijakan pengungkapan informasi sosial oleh perusahaan.

Eddy (2005) melakukan penelitian tentang pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tipe perusahaan, profil perusahaan dan ukuran dengan

komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian tersebut tidak berhasil membuktikan pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti mencoba untuk mereplikasi ulang penelitian yang dilakukan oleh Eddy (2005). Judul penelitian ini adalah **"Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Corporate Social Disclosure"**. Penelitian ini berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh Eddy (2005). Adapun perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini menambahkan satu variabel, yaitu *rate of return* sebagai variabel yang berpengaruh terhadap *Corporate Social Disclosure*. Penelitian ini juga merubah periode tahun penelitian. Penelitian terdahulu hanya menggunakan satu periode tahun penelitian sedangkan dalam penelitian ini menggunakan tiga periode tahun penelitian, yaitu tahun 2004-2006. Dalam penelitian ini juga merubah proksi *size* perusahaan menggunakan total aktiva yang ditransformasikan dalam logaritma natural yang pada penelitian sebelumnya *size* perusahaan diproksikan menggunakan jumlah tenaga kerja perusahaan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *size* perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Disclosure*?
2. Apakah profitabilitas perusahaan berpengaruh negatif terhadap *Corporate Social*

3. Apakah *profile* perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Disclosure*?
4. Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Disclosure*?
5. Apakah *leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap *Corporate Social Disclosure*?
6. Apakah *rate of return* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Disclosure*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji apakah *size* perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Disclosure*.
2. Untuk menguji apakah profitabilitas perusahaan berpengaruh negatif terhadap *Corporate Social Disclosure*.
3. Untuk menguji apakah *profile* perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Disclosure*.
4. Untuk menguji apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Disclosure*.
5. Untuk menguji apakah *leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap *Corporate Social Disclosure*.
6. Untuk menguji apakah *rate of return* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Disclosure*.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Bidang akademik
 - a. Penelitian ini dapat memberikan tambahan bukti empiris dan tambahan pengetahuan mengenai pengaruh *size* perusahaan, profitabilitas perusahaan, *profile* perusahaan, ukuran dewan komisaris, *leverage* perusahaan dan *rate of return* terhadap *Corporate Social Disclosure*.
 - b. Sebagai salah satu acuan yang dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian-penelitian di masa yang akan datang, khususnya penelitian-penelitian akuntansi berbasis keuangan dan pasar modal.
2. Bidang praktik
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan motivasi tentang pentingnya informasi *Corporate Social Disclosure*.
 - b. Sebagai pertimbangan dan pendorong dalam pembuatan kebijaksanaan perusahaan untuk lebih meningkatkan tanggung jawab dan kepedulian pada lingkungan sosial.
 - c. Penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai jumlah pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan.