

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau yang sering disebut *Corporate Social Responsibility* merupakan wujud kepedulian sosial perusahaan kepada masyarakat. Rustiarini (2010) menjelaskan mengenai tanggung jawab sosial yaitu bentuk kepedulian yang dihadapkan pada suatu kondisi bahwa perusahaan bukan hanya berpijak pada konsep *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang diwujudkan dalam kondisi keuangan (*financial*) saja. Namun bentuk tanggung jawab perusahaan juga harus berpijak pada konsep *triple bottom line*, yaitu wujud perhatian perusahaan kepada kesejahteraan karyawan (*people*) dan lingkungan bisnisnya (*planet*).

Pernyataan diatas menggambarkan jika perusahaan dapat berlanjut sebagai suatu entitas dalam menghasilkan laba selama tidak merusak lingkungan dan sosial masyarakat sekitar. Kemudian substansi keberadaan tanggung jawab sosial itu muncul dalam rangka memperkuat isu keberlanjutan atau *sustainable* perusahaan dengan membangun kerjasama antar *stakeholders* yang terkait. Anggraini (2006) menemukan adanya ketertarikan investor individual terhadap pengungkapan informasi sosial yang dilaporkan pada laporan tahunan. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah sarana yang dapat memberikan pengungkapan mengenai informasi yang menjelaskan tentang aspek sosial, lingkungan dan keuangan secara sekaligus.

Menurut Yusuf (2007) *Corporate Social Responsibility* merupakan konsep ketika perusahaan memutuskan secara sukarela untuk memberikan

kontribusi kepada masyarakat dengan lebih baik dan lingkungan yang lebih lestari. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat begitu membutuhkan informasi dari aktifitas sosial perusahaan untuk pemenuhan hak dari masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, serta keamanan dalam mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi.

Kesadaran tentang pentingnya pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia akhir-akhir ini semakin meningkat. Hal ini ditandai dengan semakin maraknya kasus penggundulan hutan, polusi udara dan air. Salah satu kasus yaitu Nike, perusahaan produsen perlengkapan dan alat-alat olahraga (berpusat di Amerika) yang tersandung masalah tanggung jawab sosial pada tahun 1996. Perusahaan tersebut dituduh telah mengabaikan etika bisnis korporasi diantaranya dengan memeras buruh di negara berkembang. Kasus lain yang terjadi di Indonesia yaitu kasus Lumpur Panas di Sidoarjo, Jawa Timur, yang disebabkan oleh PT. Lapindo Brantas. Kasus tersebut mengakibatkan ratusan tempat tinggal penduduk terendam akibat dari kegiatan pengeboran tanpa perencanaan yang tepat. Beberapa kasus diatas menunjukkan bahwa pentingnya pelaksanaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan secara berkesinambungan.

Kasus yang terjadi diatas sebagai bukti bahwa pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah terkait aktivitas sosial yang dijalankan oleh perusahaan masih sangat rendah. Pemerintah berupaya memberikan pengawasan dengan mengeluarkan peraturan yang mengatur tentang tanggung jawab sosial. Peraturan ini disebutkan dalam UU No. 40 Tahun 2007 Pasal 74

mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Peraturan lain disebutkan oleh Ikatan Akutansi Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar Akutansi Keuangan (PSAK) No. 1 (revisi 2009) paragraf kedua belas juga secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah sosial sebagai berikut:

“Entitas dapat pula menyajikan terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peran penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akutansi Keuangan.”

Permasalahan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial itu sudah banyak diteliti di Indonesia. Hasil yang menunjukkan masih *inkonsistensi* menunjukkan bahwa faktor-faktor yang diungkapkan tentang pengungkapan tanggung jawab sosial masih perlu dikaji lebih lanjut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan antara lain Sembiring (2005) tentang Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. Rizky Eriandani (2013) bahwa Tanggung Jawab Sosial dipengaruhi oleh *Institutional Ownership* dan *Managerial Ownership*. Mirza dan Agung (2015) tentang pengaruh profitabilitas dan mekanisme *corporate governance* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Pada penelitian ini akan mengkaji profitabilitas, likuiditas, *growth*, *media exposure*, *institutional ownership* terhadap *corporate social responsibility*. Profitabilitas dianggap sebagai variabel yang berpengaruh terhadap *corporate*

social responsibility. Namun, penelitian yang menggunakan profitabilitas sebagai variabel juga mengalami perbedaan hasil. Apabila hal ini dikaitkan dengan teori legitimasi, maka profitabilitas akan berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility*. Hal tersebut terjadi karena profitabilitas yang tinggi dalam suatu perusahaan, maka perusahaan tidak perlu lagi melaporkan hal-hal yang mengganggu informasi tentang suksesnya keuangan perusahaan. Sebaliknya pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan. Peneliti yang menemukan hubungan negatif antara profitabilitas terhadap *CSR* adalah Anastasia (2014). Penelitian lain yang dilakukan oleh Nurdin (2015) menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *corporate sosial responsibility*.

Likuiditas merupakan rasio untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek. Jika ingin mengukur tingkat profitabilitas salah satunya dengan menggunakan rasio lancar (*Current Ratio/CR*) (Sumarsan, 2010). Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi akan memberikan sinyal kepada perusahaan yang lain, bahwa kinerja perusahaan tersebut lebih baik dari pada perusahaan lain. Hal ini terlihat dari kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan sosial. Sinyal tersebut dilakukan dengan cara memberikan informasi yang lebih luas tentang tanggungjawab sosial dan lingkungan yang mereka lakukan (Kamil dan Antonius, 2012).

Pertumbuhan perusahaan (*growth*) dapat menunjukkan peningkatan kinerja keuangan perusahaan. *Growth* merupakan sebuah tingkat pertumbuhan

perusahaan yang diukur melalui pertumbuhan penjualan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu pertimbangan para investor dalam menanamkan investasinya. Perusahaan yang memiliki kesempatan tumbuh yang tinggi *diharapkan* akan memberikan profitabilitas yang tinggi di masa depan, diharapkan laba lebih persisten, sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.

Perusahaan dengan pertumbuhan tinggi akan mendapat banyak sorotan sehingga diprediksi perusahaan yang mempunyai kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi cenderung lebih banyak melakukan *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Media Exposure merupakan salah satu sumber utama pada informasi lingkungan. Media mempunyai peran penting pada pergerakan mobilisasi sosial, misalnya kelompok yang tertarik pada lingkungan (Reverte, 2008). Terkait pengungkapan CSR pada media, diharapkan perusahaan akan mempunyai citra yang positif di mata publik, sehingga perusahaan mendapatkan legitimasi atas *praktik* tanggung jawab sosialnya. Hal inilah yang menjadi bagian pada proses membangun institusi, membentuk norma yang diterima dan legitimasi praktik CSR (Reverte, 2008).

Terdapat tiga media yang biasanya dipakai perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya, yaitu melalui TV, koran, serta internet (WEB perusahaan). *Media* TV merupakan media yang paling efektif dan mudah dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Akan tetapi, media ini hanya digunakan oleh beberapa perusahaan saja. Media internet (WEB)

merupakan media yang efektif dengan didukung oleh para pemakai internet yang mulai meningkat. Sedangkan media koran merupakan media yang sudah sering digunakan oleh perusahaan, serta dapat digunakan sebagai dokumentasi. Penelitian yang dilakukan oleh Bansal dan Clelland (2004), Bansal dan Roth (2000), Bowen (2000), Henriques dan Sadorsky (1996) dalam Reverte (2008) menunjukkan bahwa media mempunyai pengaruh yang signifikan pada pengungkapan CSR.

Kepemilikan institusional mempunyai fungsi dalam memonitor kinerja manajemen. Adanya kepemilikan saham institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal. Artinya, semakin besar kepemilikan institusional maka semakin efisien dalam memanfaatkan aset perusahaan yang diharapkan mampu bertindak dalam pencegahan terkait pemborosan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan tersebut. Machmud & Djaman (2008) menyatakan *bahwa* kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, namun Nofandrilla (2008) menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian ini termotivasi karena adanya hasil penelitian terdahulu yang masih menunjukkan hasil yang berbeda (*inkonsistensi*) membuat penelitian ini masih perlu dikaji lebih lanjut. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atau membandingkan dengan penelitian-penelitian dalam hal sampel, variabel yang diteliti, serta jumlah waktu penelitian. Peneliti tertarik untuk meneliti judul penelitian ini karena masih belum konsistennya hasil

penelitian tersebut serta ingin mengetahui peran profitabilitas, likuiditas, *growth*, *media exposure*, *institutional ownership* terhadap *corporate social responsibility*.

Penelitian ini merupakan hasil replikasi dari penelitian yang dikembangkan oleh Ekowati dkk (2014) tentang Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Growth*, dan *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2012). Perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian sebelumnya adalah jumlah variabel dan tahun penelitian. Variabel yang ditambahkan dalam penelitian adalah *Institutional Ownership*. Perbedaan lain terdapat pada tahun penelitian yaitu tahun 2014-2015.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian kembali mengenai Profitabilitas, Likuiditas, *Growth*, *Media Exposure*, *Institutional Ownership* perusahaan untuk diteliti pengaruhnya terhadap *Corporate Social Responsibility* dengan rentang waktu 2014-2015.

Berdasarkan tujuan tersebut peneliti menarik judul “**PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, GROWTH, MEDIA EXPOSURE, INSTITUTIONAL OWNERSHIP PERUSAHAAN TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam menjelaskan hubungan antara Profitabilitas, Likuiditas, *Growth*, *Media*

Exposure, Institutional Ownership terhadap *Corporate Social Responsibility*

antara lain :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*?
2. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*?
3. Apakah *growth* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*?
4. Apakah *media exposure* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*?
5. Apakah *institutional ownership* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menguji dan memperoleh bukti empiris tentang:

1. Pengaruh positif antara profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*.
2. Pengaruh positif likuiditas terhadap *corporate social responsibility*.
3. Pengaruh positif *growth* terhadap *corporate social responsibility*.
4. Pengaruh positif *media exposure* terhadap *corporate social responsibility*.
5. Pengaruh positif *institutional ownership* terhadap *corporate social responsibility*.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya pada bidang ilmu akuntansi. Selain itu penelitian ini memberikan pemahaman keterkaitan secara teori dengan penerapan praktik secara nyata mengenai pengaruh ukuran dewan komisaris, *profile* perusahaan, serta struktur kepemilikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan keputusan oleh manajemen perusahaan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan keuangan yang disajikan.

b. Bagi Calon Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang laporan keuangan tahunan sehingga dapat menjadi acuan untuk pembuatan keputusan investasi dengan memilih perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitar.

c. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat mengukur peran pemerintah tentang pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Sehingga hasil dari pelaporan CSR perusahaan dapat dirumuskan peraturan yang sesuai dengan kondisi di Indonesia.

