

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pergeseran filosofis pengelolaan entitas bisnis yang didasarkan pada teori keagenan (*Agency Theory*) yaitu tanggung jawab perusahaan yang hanya berorientasi kepada pengelolaan (agen) dan pemilik (*Principles*) mengalami perubahan kepada pandangan manajemen moderen yang didasarkan pada teori *stakeholder*, yaitu terdapatnya perubahan tanggung jawab perusahaan dengan dasar pemikiran bahwa pencapaian tujuan perusahaan sangat berhubungan erat dengan pola (*setting*) lingkungan sosial dimana perusahaan berada (Kholis, 2001). Seiring dengan perkembangan isu tersebut, para akuntan juga membicarakan bagaimana permasalahan tanggung jawab sosial perusahaan dapat diadaptasi dalam ruang lingkup akuntansi (Maksum, 1991).

Kompleksitas dunia bisnis berakibat meluasnya tanggung jawab perusahaan tidak hanya kepada pemegang saham, kreditor dan pemerintah saja tetapi juga bertanggung jawab atas kesejahteraan lingkungan sosial ekonomi sekitarnya. Selain karakteristik 3E (*economy, efficiency, dan effectiveness*), perusahaan perlu menambah karakteristik baru, yaitu *environment* untuk melengkapi tujuan perusahaan dengan tujuan sosial kepada masyarakat dan lingkungan.

Selama ini perusahaan dianggap sebagai lembaga yang dapat memberikan banyak keuntungan bagi masyarakat dimana perusahaan harus memaksimalkan

labanya agar dapat memberikan sumbangan yang maksimum kepada masyarakat. Seiring dengan perjalanan waktu, masyarakat semakin menyadari adanya dampak-dampak sosial yang ditimbulkan oleh perusahaan dalam menjalankan operasinya, yang semakin lama semakin besar dan semakin sulit dikendalikan. Oleh karena itu, masyarakat pun menuntut agar perusahaan senantiasa memperhatikan dampak-dampak sosial yang ditimbulkan dan berupaya mengatasi dampak-dampak sosial tersebut.

Penyediaan informasi yang luas dalam laporan keuangan merupakan keharusan yang disebabkan adanya permintaan berbagai pihak yang berkepentingan dengan informasi tersebut. Suatu informasi dianggap informatif jika informasi tersebut mampu mengubah kepercayaan para investor dalam mengambil keputusan investasi. Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Guthie dan Mathews dalam Sembiring, 2005).

Pengungkapan informasi dalam laporan tahunan meliputi pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Dalam surat keputusan BAPEPAM no.Kep-38/PM/1996, terdapat dua jenis pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan, yaitu :

1. *Mandatory disclosure*, yaitu pengungkapan yang diwajibkan oleh peraturan pemerintah.
2. *Voluntary disclosure*, yaitu pengungkapan yang tidak diwajibkan oleh peraturan pemerintah, sehingga perusahaan bebas memilih jenis informasi yang akan diungkapkan oleh perusahaan.

Pengungkapan sukarela tersebut termasuk didalamnya pengungkapan sosial atau lebih sering disebut tanggung jawab sosial (*social responsibility*). Tanggung jawab sosial diartikan bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab pada tindakan yang mempengaruhi konsumen, masyarakat, dan lingkungan (Ivansevic dalam Hasibuan, 2001).

Akuntansi sebagai alat pertanggungjawaban mempunyai fungsi sebagai alat kendali terhadap aktivitas suatu unit usaha. 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. Keterkaitan yang terjadi antara perusahaan dengan lingkungan alam dan sosialnya, serta manfaat sosial (*social benefits*) dan biaya sosial (*social cost*) yang ditimbulkan merupakan sisi aspek tanggung jawab sosial perusahaan.

Gray dalam Sembiring (2005) menyatakan tumbuhnya kesadaran publik akan peran perusahaan di tengah masyarakat melahirkan kritik karena menciptakan masalah sosial, polusi, sumber daya, limbah, mutu produk, tingkat *social* produk serta hak dan status tenaga kerja. Tekanan dari berbagai pihak

memaksa perusahaan untuk menerima tanggung jawab terhadap pihak yang lebih luas dari pada kelompok pemegang saham dan kreditur saja.

Menurut Hackston dan Milne dalam Sembiring (2005) walaupun fenomena pengungkapan tanggung jawab sosial ini telah muncul lebih dari dua dekade, penelitian tentang praktek pengungkapan tanggung jawab sosial sepertinya terpusat di Amerika, United Kingdom, dan Australia. Hanya sedikit penelitian yang dilakukan di negara lain seperti Kanada, Jerman, Jepang, Selandia Baru, Malaysia, Indonesia dan Singapura. Di Indonesia penelitian tentang praktek pengungkapan tanggung jawab sosial ini antara lain dilakukan oleh Heni dan Murtanto (2001), Hasibuan (2001), Zaleha (2003), Anggraini (2006) dan Sembiring (2005).

Bukti bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dipengaruhi oleh ukuran perusahaan telah ditemukan dalam penelitian sebelumnya. Hal ini umumnya dikaitkan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan akan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas. Selain itu, perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Hasibuan (2001) secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan

tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas. Dari sisi tenaga kerja, dengan semakin banyaknya jumlah tenaga kerja dalam suatu perusahaan, maka tekanan pada pihak manajemen untuk memperhatikan kepentingan tenaga kerja akan semakin besar. Sembiring (2005) dan Hasibuan (2001) menemukan hubungan yang signifikan antara variabel tersebut. Pada sisi lain peneliti yang disebutkan dalam Sembiring (2005) menemukan hubungan yang negatif antara dua variabel tersebut (Freedman dan Jaggi ; Donovan dan Gibson dalam Sembiring, 2005).

Secara teoritis, menurut Hasibuan (2001) terdapat hubungan positif antara kinerja ekonomi suatu perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi dengan premis bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas, sebaliknya (Donovan dan Gibson dalam Sembiring, 2005) menyatakan dari sisi teori legitimasi, profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini didukung dengan argumentasi bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan, sedangkan pada saat tingkat profitabilitas rendah mereka berharap para pengguna laporan akan membaca "*good news*" kinerja perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005) menemukan pengaruh profitabilitas yang tidak signifikan terhadap pengungkapan tanggung

Ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya tercermin dalam tingkat *leverage*. Menurut Belkaoui dan Karpik dalam Sembiring (2005) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Berdasarkan teori agensi tingkat *leverage* mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, hal ini dikarenakan manajemen sebagai agen akan berusaha untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan seminimal mungkin untuk menghindari tekanan dari *debtholders*, dan para *debtholders* memang punya kemungkinan menekan manajemen apabila terlalu banyak berkutat dengan aktivitas sosial karena para *debtholders* berharap kepentingannya didahulukan dari pada aktivitas sosial. Penelitian yang dilakukan terhadap hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan hubungan yang tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan Robert (1992) dalam Hasibuan (2001) menemukan hubungan yang positif antara kedua variabel tersebut. Zaleha (2003) menemukan hubungan negatif signifikan antara kedua variabel tersebut. Sedangkan Sembiring (2005) menemukan bahwa tinggi rendahnya tingkat *leverage* perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Tingkat kepemilikan publik menunjukkan prosentase kepemilikan saham oleh publik. Berdasarkan teori agensi rasio kepemilikan publik yang tinggi memiliki hubungan yang positif terhadap tingkat pengungkapan sosial perusahaan karena kepemilikan publik yang tinggi diprediksi akan menyebabkan tingkat pengungkapan sosial yang lebih tinggi pula. Hal ini dikaitkan dengan tekanan dari

pemegang saham agar perusahaan lebih memperhatikan tanggung jawabnya terhadap masyarakat, karena publik yang merupakan bagian dari masyarakat luar perusahaan akan bereaksi atas masalah-masalah yang ditimbulkan oleh perusahaan.

Berdasarkan teori agensi, dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme pengendalian intern tertinggi, yang bertanggung jawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Semakin banyak jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan akan menyebabkan tekanan terhadap manajemen semakin besar maka pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat perusahaan akan semakin luas. Dikaitkan dengan pengungkapan informasi oleh perusahaan, kebanyakan penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara berbagai karakteristik dewan komisaris dengan tingkat pengungkapan informasi oleh perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Hasibuan (2001) dan Sembiring (2005) yang menemukan bahwa dewan komisaris berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan sukarela yang dibuat perusahaan di Indonesia.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Sembiring (2005), penelitian ini meneliti mengenai "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Tingkat pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan". Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini menambah variabel yaitu prosentase tingkat kepemilikan saham oleh publik dan menggunakan sampel yang berbeda dari

## **B. Batasan Masalah Penelitian**

Karakteristik perusahaan dalam penelitian ini meliputi: *Size*, profitabilitas, *leverage*, kepemilikan publik dan ukuran dewan komisaris.

## **C. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasar latar belakang masalah tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu untuk mengetahui:

1. Apakah *size* perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Apakah profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
3. Apakah *leverage* perusahaan berpengaruh negatif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
4. Apakah tingkat kepemilikan saham oleh publik berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
5. Apakah ukuran dewan komisaris perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

## **D. Tujuan penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan memberikan bukti empiris mengenai:

2. Pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Pengaruh *leverage* perusahaan terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
4. Pengaruh tingkat kepemilikan saham oleh publik terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
5. Pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### **E. Manfaat penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini dapat menambah bukti empiris pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian berikutnya.
3. Diharapkan penelitian dapat memperkuat teori penelitian sebelumnya tentang