

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada umumnya setiap perusahaan ingin mendapatkan laba yang besar dan melakukan produksi sebanyak mungkin, Akan tetapi mayoritas dari perusahaan tersebut tidak memperhatikan dampak yang terjadi pada lingkungan perusahaan. Kegiatan perusahaan yang bergerak di bidang pemanfaatan sumber daya alam baik secara langsung maupun yang tidak langsung tentu memberikan dampak negatif pada lingkungan sekitar perusahaan seperti polusi, limbah, kesehatan, keamanan dan tenaga kerja. Sudah menjadi tanggung jawab setiap perusahaan untuk menjaga lingkungan sekitar termasuk karyawan dan masyarakat.

Keberlanjutan usaha suatu perusahaan tidak hanya di tentukan oleh tercapainya target-target operasional dan finansial, tetapi juga oleh kemampuan perseroan untuk menjaga keseimbangan antara capaian kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan. Beberapa aspek yang di jalankan perusahaan dalam melakukan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu lingkungan hidup, energi, praktik ketenaga kerjaan, kesehatan, pengembangan sosial dan kemasyarakatan, dan tanggung jawab produk.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* adalah sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *singel bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja. Tapi tanggung jawab sosial perusahaan harus berpijak pada *triple bottom line* yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan. Untuk menjaga kepercayaan para *stakeholder*, *shareholder* dan masyarakat perusahaan menyajikan informasi-informasi dalam laporan tahunannya secara lengkap.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan aktivitas tanggung jawab perusahaan terhadap para *stakeholder* dengan cara memberikan perhatian kepada aspek sosial dan lingkungan (Nurgroho dan Yulianto, 2015). Kewajiban untuk melaksanakan CSR tertuang dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) yang telah disahkan pada tanggal 20 Juli 2007, dimana perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR ini terdapat didalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) Pasal 41 ayat (1) yang menyatakan: “Barang siapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah”.

Pengungkapan CSR sangat di butuhkan sebagai sumber informasi bagi para investor dan *Stakeholder* untuk mengetahui seberapa jauh perusahaan menjaga hubungan dengan lingkungan dan sosial perusahaan. Menurut Adawiyah (2013) bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial sering juga dianggap inti dari etika bisnis, yang berarti 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 (ekonomi dan legal).

Dampak yang dapat kita lihat dari perusahaan yang tidak bertanggung jawab terhadap lingkungan dan hanya mementingkan profit bagi perusahaan yaitu pembakaran hutan dengan sengaja untuk memperluas lahan perkebunan. Seperti yang diungkapkan Susanto (2015) dalam artikelnya, lebih dari 90 persen kebakaran hutan di Indonesia disebabkan oleh manusia atau sengaja dibakar. Kejadian kebakaran hutan yang melanda pulau kalimantan dan sumatera sangat merugikan lingkungan dan makhluk hidup yang ada di sekitar area tersebut karena oksigen yang tersisa untuk dihirup sudah tidak banyak lagi. Banyak dari masyarakat yang mengalami gangguan pernafasan karena menghirup udara yang tidak bersih. Perusahaan yang mempunyai etika yang baik tentu tidak merusak lingkungan dan merugikan masyarakat hanya untuk kepentingan bisnis.

Faktor yang menyebabkan perusahaan melakukan perusakan lingkungan salah satunya yaitu dikarenakan perusahaan ingin meningkatkan hasil produksi agar berdampak pada kenaikan laba. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga mampu meningkatkan nilai pemegang saham perusahaan (Munif *et al.*, 2010). Pada dasarnya perusahaan hanya bertujuan untuk menghasilkan laba yang tinggi setiap tahunnya agar dapat dinilai sebagai perusahaan yang baik. Aktivitas CSR bukanlah hal yang merugikan dan tidak bermanfaat bagi keberlangsungan perusahaan, melainkan langkah strategis jangka panjang bagi perusahaan yang memberikan efek positif (Nurkhin, 2009). Perusahaan yang melakukan aktivitas CSR dan mengungkapkannya akan mendapatkan manfaat dimasa mendatang, walaupun melakukan aktivitas CSR membutuhkan biaya yang otomatis akan mengurangi laba perusahaan.

Penelitian terdahulu tentang profitabilitas yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mempunyai hasil yang berbeda-beda. Penelitian dari Nugroho dan Yulianto (2015) menghasilkan temuan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian Ekowati *et al.*, (2010) dan Nurkhin (2009) menunjukkan hasil yang positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Ukuran perusahaan juga merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Secara umum perusahaan yang besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak

dari pada perusahaan kecil. Teori agensi menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial lebih luas.

Penelitian Adawiyah (2013) mengasilkan temuan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sejalan dengan hasil penelitian Munif *et al.*, (2010) yang juga menghasilkan temuan yang sama. Hasil penelitian Anggraini (2006) menunjukkan hasil yang negatif terhadap pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham oleh manajer (agen). Menurut Fajrina (2014) perusahaan yang dikontrol oleh keluarga, individu-individu atau sebuah kelompok elit yang berasal dari dalam perusahaan menjadikan perusahaan mempunyai tingkat kebijaksanaan yang luas (kepemilikan ini disebut kepemilikan manajerial). Konflik kepentingan antara manajer dengan pemilik menjadi semakin besar ketika kepemilikan manajer terhadap perusahaan semakin kecil, dalam hal ini manajer akan berusaha untuk memaksimalkan kepentingan dirinya dibandingkan kepentingan perusahaan. Salah satu cara untuk mengatasi permasalahan yang ada, perusahaan dapat meningkatkan kepemilikan manajerial agar manajer termotivasi untuk meningkatkan kinerjanya. Menurut Shleifer dan Vishny dalam Rawi (2008) menyatakan bahwa pemegang saham terbesar mempunyai arti penting dalam memonitor perilaku manajer dalam perusahaan.

Penelitian Fajrina (2014) mendapatkan hasil penelitian bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sejalan dengan penelitian Purbopangestu dan subowo (2014) yang juga mendapatkan hasil bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. penelitian yang di lakukan Setyarini dan Paramitha (2014) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Perusahaan pada umumnya memberikan informasi CSR didalam laporan tahunan saja. perusahaan bisa lebih efisien mengungkapkan informasi perusahaan lewat media karena melalui media para pemangku kepentingan bisa memantau perusahaan secara berkesinambungan. *Media exposure* merupakan salah satu cara atau sumber utama untuk memberikan informasi kepada *shareholder* dan *stakeholder*. Di era serba teknologi sekarang ini media internet menjadi solusi bagi perusahaan untuk melakukan pengungkapan aktivitas-aktivitas perusahaan. Menurut Nur dan Priantinah (2012) jika perusahaan ingin mendapatkan kepercayaan dan legitimasi kegiatan CSR, maka perusahaan harus mempunyai kapasitas untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan berkomunikasi dengan pemangku kepentingan dengan efektif. Media merupakan sumber yang berperan aktif dengan memberikan riwayat pelaporan dan penyusunan untuk menggambarkan nilai perusahaan. Untuk perusahaan yang mempunyai WEB perusahaan akan cenderung mengungkapkan CSRnya secara luas.

Perusahaan yang berusaha menjaga keseimbangan sosial dan lingkungan akan memberikan kemudahan bagi para pemangku kepentingan untuk memantau aktivitas perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan Ekowati *et al.*, (2010) dan Munif *et al.*, (2010) menunjukkan bahwa pengungkapan media berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sejalan dengan teori legitimasi perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR akan mendapatkan respon positif dari masyarakat. Penelitian Nur dan Priantinah (2012) menunjukkan bahwa pengungkapan media berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian diatas penelitian ini menggunakan variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial dan *media exposure*.

Hasil yang tidak konsisten terlihat dalam pengaruh antara variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial dan *media exposure* dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan oleh peneliti menunjukkan fenomena yang menarik untuk di lakukan pengujian ulang. Secara teoritis keempat variabel tersebut mempunyai hubungan yang signifikan.

Perbedaan penelitian di atas membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial dan *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2014 )**". Penelitian ini merupakan replikasi dari Ekowati *et al.*,(2010) "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Growth dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Perusahaan”. Dengan menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang mempublikasikan laporan tahunan dengan periode 2010-2012. Perbedaan dengan penelitian yang direplikasi adalah perubahan variabel independen likuiditas dan growth menjadi ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial. Peneliti menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang mempublikasikan laporan tahunan dengan periode 2014.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
3. Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
4. Apakah media exposure berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.



2. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
4. Untuk mengetahui pengaruh media exposure terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini mengkaji masalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan beberapa aspek dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini menjelaskan pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial dan media exposure terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur di Indonesia.

##### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis penelitian ini menyediakan informasi bagi perusahaan, pengguna laporan keuangan dan peneliti selanjutnya mengenai informasi apakah terdapat pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial dan media exposure terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.