

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Setiap perusahaan pasti memiliki orientasi untuk memperoleh laba bagi perusahaannya, untuk itu perusahaan berusaha untuk membangun citra yang baik dalam masyarakat dengan memberikan perhatiannya kepada lingkungan atau tanggung jawab sosialnya, yang lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

World Business Council on Sustainable Development berpendapat bahwa, “*Corporate Social Responsibility* adalah komitmen dari perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas”.

Kesadaran akan pentingnya pengimplementasian CSR menjadi tren global, seiring dengan maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan lingkungan dan sosial. Salah satu tujuan perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya adalah untuk mencerminkan tingkat akuntabilitas, responsibilitas, dan transparansi korporat kepada investor dan *stakeholder* lainnya. Pengungkapan tersebut bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan *stakeholder* lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan

CSR dan lingkungan sosial dalam setiap aspek kegiatan operasinya (Lovink dan Etna, 2013).

Alasan lain mengapa program CSR menjadi sangat penting yaitu karena pemerintah dalam undang-undang mewajibkan kepada setiap perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya sebagai kontribusi terhadap masyarakat, sosial, dan lingkungannya. Hal ini dapat dilihat pada UU nomor 40 mengenai Perseroan Terbatas pasal 74 yang menyatakan bahwa “setiap perusahaan yang melakukan kegiatan usaha dibidang atau yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Selain itu, berdasarkan Undang-Undang Penanaman Modal nomor 25 tahun 2007 pasal 15(b) disebutkan pula bahwa “setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan” dan pada pasal 34 disebutkan pula bahwa “perusahaan yang tidak memenuhi kewajiban yang telah ditentukan dalam pasal 15 akan dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis, pembatalan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal, atau pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal”.

Saat ini seluruh perusahaan berbagai sektor bisnis di Indonesia sebagian besar mengklaim bahwa perusahaan mereka telah melaksanakan kewajiban sosialnya terhadap lingkungan sekitar perusahaan, oleh karena itu sebagian besar perusahaan tersebut melakukan pengungkapan CSR sebagai motivasi untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap pencapaian usaha perbaikan terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Seluruh perusahaan di

Indonesia semakin dituntut untuk memberikan informasi yang transparan atas aktivitas sosialnya, sehingga pengungkapan terhadap CSR diperlukan peran dari akuntansi pertanggungjawaban sosial (Marzuly dan Denies, 2012).

Program CSR tersebut dapat berupa kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan menjaga lingkungan, memberikan beasiswa untuk anak tidak mampu di daerah tersebut, dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk membangun desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada. *Corporate Social Responsibility* merupakan sebuah fenomena dan strategi yang digunakan perusahaan untuk mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan *stakeholder*.

Penelitian terkait dengan pengungkapan CSR menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa penelitian yang telah dilakukan menunjukkan adanya hubungan yang positif antara pengungkapan CSR perusahaan dengan profitabilitas seperti penelitian yang dilakukan Lovink dan Etna (2013). Akan tetapi beberapa penelitian lainnya tidak dapat menunjukkan adanya hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR. Penelitian tersebut dilakukan oleh Kristi (2013), Febrina dan Agung (2011), Marzuly dan Denies (2012), serta Novriditus (2014).

Berbagai penelitian yang berhasil membuktikan hubungan positif antara variabel ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR antara lain dilakukan oleh Kristi (2013) serta Marzuly dan Denies (2012). Tetapi tidak semua

penelitian mendukung hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR perusahaan. Ada penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan antar kedua variabel tersebut, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Febrina dan Agung (2011), Lovink dan Etna (2013), dan Novriditus (2014).

Pengungkapan media merupakan variabel yang masih jarang digunakan untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kristi (2013) menunjukkan bahwa pengungkapan media berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR, akan tetapi hasil penelitian Marzuly dan Denies (2012) menunjukkan bahwa pengungkapan media tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

*Leverage* merupakan variabel yang banyak diindikasikan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Akan tetapi hasil penelitian juga menunjukkan hasil yang beragam. Hasil penelitian yang dilakukan Marzuly dan Denies (2012) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR tetapi berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Febrina dan Agung (2011), Lovink dan Etna (2013), serta Novriditus (2014) menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Hubungan antara dewan komisaris dan pengungkapan CSR juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh Marzuly dan Denies (2012) serta Novriditus (2014) menyatakan bahwa dewan komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Akan

tetapi berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Febrina dan Agung (2011) yang menyatakan bahwa dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Berdasarkan latar belakang tersebut, serta ketidak konsistenan hasil penelitian-penelitian sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk mengangkat dan mengembangkan permasalahan diatas dengan judul **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI LUAS PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)**. Penelitian ini akan menguji pengaruh variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, *media exposure*, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengaruhnya dalam pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di Indonesia.

Penelitian ini adalah replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kristi (2013). Kontribusi dari penelitian ini adalah menambahkan variabel independen yaitu *leverage* dan ukuran dewan komisaris sebagai variabel tambahan sedangkan variabel kepemilikan saham oleh publik dihapuskan karena sudah terdapat hasil yang konsisten pada penelitian sebelumnya. Pada penelitian yang dilakukan Kristi (2013) hanya mengambil sampel perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI, kemudian penelitian ini mengganti dengan semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI agar lebih mencakup subyek penelitian.

Hasil penelitian yang dilakukan Kristi (2013) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Selain ukuran perusahaan, *media exposure* memiliki pengaruh signifikan terhadap

pengungkapan CSR. Variabel profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Variabel kepemilikan saham oleh publik dan kepemilikan saham oleh institusi sebagai variabel kontrol dalam penelitian ini tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR?
3. Apakah *media exposure* berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR?
4. Apakah *leverage* berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR?
5. Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menguji pengaruh profitabilitas terhadap luas pengungkapan CSR.
2. Menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap luas pengungkapan CSR.
3. Menguji pengaruh *media exposure* terhadap luas pengungkapan CSR.
4. Menguji pengaruh *leverage* terhadap luas pengungkapan CSR.
5. Menguji pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap luas pengungkapan CSR.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya dibidang ilmu akuntansi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### 2. Manfaat Praktis

##### a. Bagi pihak perusahaan/manajemen

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

b. Bagi investor dan calon investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang laporan keuangan tahunan sehingga dijadikan sebagai acuan untuk pembuatan keputusan investasi dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi.

c. Bagi masyarakat

Dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh untuk masyarakat yang berada disekitar tempat berdirinya perusahaan.