

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada masa sekarang setiap perusahaan demi menjaga obyektivitas dalam menjalankan bisnis, perusahaan harus menyediakan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pihak yang berkepentingan. Perusahaan harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal (investor dan kreditor) tetapi juga karyawan, konsumen, masyarakat dan lingkungannya.

Kesadaran masyarakat akan peran perusahaan dalam lingkungan sosial pun jadi semakin meningkat. Untuk itu perusahaan harus dikelola secara benar, terukur dan sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan tetap memperhitungkan kepentingan pemegang saham dan pihak-pihak yang berkepentingan lainnya. Perusahaan dituntut untuk melakukan suatu tindakan yang lebih peduli kepada masyarakat dan lingkungan.

Oleh karena itu, sebagai wujud kepedulian dan tanggung jawab perusahaan, Perusahaan melakukan pertanggungjawaban sosial atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Alasan perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi CSR secara sukarela itu sudah diteliti. Diantaranya adalah untuk mentaati peraturan yang ada. Pemerintah melalui Undang-Undang No. 40 2007 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perseroan yang bidang usahanya di bidang atau terkait dengan bidang sumber

daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Peraturan lain yang menyinggung CSR adalah UU no. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pada UU tersebut dinyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.

CSR dipandang dapat membantu perusahaan memperbaiki kinerja keuangan dan akses pada modal, meningkatkan *brand image* dan penjualan, memelihara kualitas kekuatan kerja, memperbaiki pembuatan keputusan pada isu-isu kritis, menangani resiko secara lebih efisien dan mengurangi *cost* jangka panjang (Purnasiwi, 2011). Dalam lima tahun terakhir ini istilah CSR sangat populer di Indonesia, banyak perusahaan antusias menjalankan karena beberapa hal, antara lain: dapat meningkatkan citra perusahaan, dapat membawa keberuntungan perusahaan, dan dapat menjamin keberlangsungan (Nurkhin, 2009).

Salah satu karakteristik perusahaan yang menjadi perhatian adalah tipe industri, yaitu industri yang *high profile* dan *low profile* (Utomo, 2000 dalam Purwanto, 2011). Perusahaan yang termasuk dalam tipe industri *high profile* merupakan perusahaan yang mempunyai tingkat sensitifitas tinggi terhadap lingkungan, tingkat risiko politik yang tinggi, atau tingkat kompetisi yang kuat. Purwanto (2011) menyatakan bahwa tipe industri berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial. Menurut Novita Indrawati (2009), perusahaan-perusahaan *highprofile* pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan

kepentingan luas. Sebaliknya, perusahaan *low-profile* adalah perusahaan yang tidak terlalu memperoleh sorotan luas dari masyarakat manakala operasi yang mereka lakukan mengalami kegagalan atau kesalahan pada aspek tertentu dalam proses atau hasil produksinya.

Pada pengambilan keputusan investasi, investor seringkali melihat besar kecilnya perusahaan dan melakukan penilaian terhadap kinerja keuangan perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan (*size*) perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk men./gurangi biaya keagenan tersebut. Purnasiwi (2011) dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar suatu perusahaan, maka akan cenderung melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas. Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disorot, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Sari (2012) Ukuran perusahaan (*size*) merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang skalanya besar biasanya cenderung lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial daripada perusahaan yang mempunyai skala kecil. Dikaitkan dengan teori agensi seperti yang dinyatakan Sembiring (2005), bahwa semakin besar suatu perusahaan

maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar, untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas.

Penelitian Sari (2012) menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR. Semakin besar profitabilitas (ROA) perusahaan maka semakin luas CSRD. Ini sejalan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Hal tersebut dikarenakan perusahaan dengan laba yang tinggi akan menjadi sorotan, maka perusahaan akan mengeluarkan biaya yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial. Rasio profitabilitas mengukur kemampuan para eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, aset bersih perusahaan maupun modal sendiri (*shareholders equity*) (Hendra S. Raharjaputra, 2009: 205). Hubungan kinerja keuangan dengan tanggung jawab sosial perusahaan menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Angling (2010) paling baik diekspresikan dengan profitabilitas, hal itu disebabkan karena pandangan bahwa tanggapan sosial yang diminta dari manajemen sama dengan kemampuan yang diminta untuk membuat suatu perusahaan memperoleh laba. Selain itu tingkat profitabilitas dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, oleh sebab itu semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka cenderung semakin luas *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Dikaitkan dengan teori

agensi, perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas.

Leverage merupakan pengukur besarnya aktiva yang dibiayai dengan hutang yang digunakan untuk membiayai aktiva berasal dari pihak luar (kreditor) dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal (Harahap, 2007). *Leverage* berkaitan dengan bagaimana perusahaan didanai, lebih banyak menggunakan utang atau modal yang berasal dari pemegang saham. Semakin tinggi tingkat *leverage* perusahaan, maka akan semakin besar pula *agency cost*, hal ini terkait biaya-biaya yang dikeluarkan kreditor sebagai pengawasan terhadap perusahaan dengan mempunyai tingkat utang tinggi (*leverage*). Sari (2012) mengatakan *Leverage* mencerminkan risiko keuangan perusahaan karena dapat menggambarkan struktur modal perusahaan dan mengetahui resiko tak tertagihnya suatu utang. Semakin tinggi *leverage* suatu perusahaan, maka perusahaan memiliki risiko keuangan yang tinggi sehingga menjadi sorotan dari para *debtholders*. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung ingin melaporkan laba lebih tinggi agar dapat mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Anggraini (2006) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* (rasio utang/ekuitas) semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan melaporkan laba sekarang lebih tinggi. Perusahaan akan mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial. Dikaitkan dengan teori agensi, perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi memiliki biaya keagenan

tinggi sehingga perusahaan akan mengurangi biaya berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Penelitian yang dilakukan oleh Belkaoui dan Karpik (1989) serta Cormier dan Magnan (1999) dalam Sembiring (2005) menunjukkan hubungan yang negatif *leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Penelitian ini menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) untuk menunjukkan ketergantungan perusahaan terhadap utang yang diperoleh dari ekuitas pemegang saham.

Perusahaan yang memiliki proporsi utang lebih tinggi dalam struktur modal akan mempunyai biaya keagenan yang lebih tinggi. Semakin tinggi *leverage* perusahaan, semakin tinggi kemungkinan transfer kemakmuran dari kreditur kepada pemegang saham dan manajer (Meek et al, 1995). Oleh karena itu, perusahaan yang mempunyai *leverage* tinggi mempunyai kewajiban lebih untuk memenuhi kebutuhan informasi kreditur jangka panjang (Wallace et al, 1994). Dengan semakin tinggi *leverage*, yang mana akan menambah beban tetap perusahaan, maka untuk program *corporate social responsibility* jadi terbatas atau semakin tinggi *leverage*, maka semakin rendah program *corporate social responsibility*.

Penelitian menggunakan pertumbuhan perusahaan (*growth*) masih jarang dilakukan untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap CSR, hasil penelitian Maria Ulfa (2009) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan (*growth*) tidak berpengaruh terhadap CSR. 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*.

Tanggung jawab sosial tidak dapat dipisah dari *Good Corporate Governance* (GCG) karena pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu prinsip yang berpengaruh dalam GCG. Pada dasarnya ada lima prinsip dalam GCG, yaitu Transparansi, Akuntabilitas, Responsibilitas, Independensi, dan Kesetaraan dan Kewajaran. Prinsip yang berkaitan erat dengan CSR adalah Responsibilitas yang merupakan aspek pertanggungjawaban dari setiap kegiatan perusahaan untuk melaksanakan prinsip *Corporate Social Responsibility* karena dalam berusaha, sebuah perusahaan tidak akan lepas dari masyarakat sekitar, ditekankan juga pada dunia usaha kepada kepentingan pihak-pihak eksternal dimana perusahaan diharuskan memperhatikan kepentingan *stakeholder* perusahaan, menciptakan nilai tambah (*value added*) dari produk dan jasa, dan memelihara kesinambungan nilai tambah yang diciptakannya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti akan membahas permasalahan dengan judul “**Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan *Good Corporate Governance* Terhadap *Corporate Social Responsibility*”**”. Penelitian ini merupakan gabungan dari penelitian Sari (2012) dan Retno

(2012). Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, dalam penelitian ini peneliti mengubah sampel penelitian, penelitian sebelumnya menggunakan semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, sedangkan dalam penelitian ini peneliti menggunakan perusahaan yang terdaftar sebagai peserta CGPI (*Corporate Goovernance Perception Index*) yang melakukan pengungkapan CSR pada laporan tahunannya, peneliti memilih sampel perusahaan peserta CGPI untuk melihat seberapa besar pengaruh penerapan *corporate governance* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan tersebut. Pada penelitian ini ditambahkan variabel independen yaitu, *good corporate governance*. Data yang dianalisis adalah laporan tahunan (*annual report*) di tahun 2008-2011. Motivasi dalam penelitian ini saya ingin mengetahui seberapa besar pentingnya penerapan tanggung jawab sosial dalam perusahaan.

B. Rumusan Masalah Penelitian

1. Apakah Tipe Industri berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*?
2. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*?
3. Apakah Profitabilitas berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*?
4. Apakah *Leverage* berpengaruh negatif terhadap *Corporate Social Responsibility*?

5. Apakah *Growth* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*?
6. Apakah *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji Tipe Industri berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*.
2. Untuk menguji Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*.
3. Untuk menguji Profitabilitas berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*.
4. Untuk menguji *Leverage* berpengaruh negatif terhadap *Corporate Social Responsibility*.
5. Untuk menguji *Growth* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*.
6. Untuk menguji *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*.

D. Manfaat Penelitian

1. Kontribusi pada pengembangan teori, terutama dalam bidang akuntansi mengenai pengaruh tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas, *laverage*, *growth* dan *Good Corporate Governance* terhadap

pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dan diharapkan dapat dipakai sebagai acuan untuk riset-riset mendatang.

2. Kontribusi bagi pengembangan praktik, diharapkan akan memberikan kontribusi bagi manajemen perusahaan untuk memberikan wawasan dalam hal tipe industri, ukuran perusahaan, profitabilitas, *lverage, growth* dan *Good Corporate Governance* yang berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
3. Dengan hasil analisis ini diharapkan, dapat meningkatkan kesadaran perusahaan akan pentingnya melakukan tanggung jawab sosial perusahaan.