

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Corporate Sosial Responcibility (CSR) merupakan klaim agar perusahaan tak hanya beroperasi untuk kepentingan pemegang saham (*shareholders*), tetapi juga untuk kemaslahatan pihak stakeholders dalam praktik bisnis, yaitu para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, LSM, konsumen, dan lingkungan (Dahlia dan Veronica, 2008). Sedangkan *Global Compacat Initiative* (2002) menyebutkan bahwa CSR meliputi 3P (*profit, people, planet*), yaitu tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (*profit*), tetapi juga menyejahterakan orang (*people*), dan menjamin keberlanjutan hidup planet ini. Sehingga setiap perusahaan diwajibkan mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility*.

CSR sebagai gagasan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan pada kondisi keuangan saja. Tapi tanggung jawab perusahaan berpijak pada *triple bottom line*. Di sini *bottom lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup (Nurlaela, 2007). Maka dari itu banyak perusahaan yang memanfaatkan program CSR untuk keberlangsungan usahanya. Dengan adanya program CSR tentu akan membuat citra

perusahaan menjadi baik, selain itu juga dapat menarik sumber daya manusia untuk berpartisipasi.

Di masa kini, tidak sedikit investor yang mempertimbangkan pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan keuangan perusahaan. Perusahaan yang menyalurkan dana CSR dianggap mempunyai prospek yang baik untuk kedepannya. Hal ini meliputi penyaluran beasiswa, jaminan kesehatan karyawan, dan lain-lain.

Tetapi beberapa pengusaha berargumen bahwa CSR tidak boleh dipaksakan karena bersifat sukarela dan menjadi bagian dari strategi perusahaan. Mewajibkan perseroan menyisihkan dana CSR dianggap melanggar Hak Asasi Manusia (HAM) dan merugikan kepentingan pemegang saham karena akan meningkatkan biaya dan menurunkan laba perseroan. Penurunan laba berdampak pada penurunan jumlah dividen yang diterima pemegang saham dan nilai ekuitas perusahaan (Krisna, 2013). Artinya, setiap perusahaan memiliki hak untuk melakukan tanggung jawab sosialnya atau tidak, sesuai kemampuan perusahaan sendiri. Karena jika dipaksakan dapat merugikan dan mengurangi laba perusahaan.

Corporate social responsiveness berkaitan dengan bagaimana respon perusahaan terhadap masalah sosialnya dan kemampuan perusahaan untuk menentukan masalah sosial yang mana yang akan direspon terlebih dahulu, maka perusahaan perlu memfokuskan pada arah mana aktivitas CSR yang akan dilakukan, agar tepat sasaran dan akhirnya dapat mencapai tujuan yang diinginkan secara efisien dalam penggunaan sumber dayanya (Sancahya,

2010). Keberhasilan CSR diukur dengan melalui indikator yang disebut dengan *corporate social performance* (Sancahya, 2010), dimana hal ini penting bagi citra dan reputasi perusahaan di masyarakat. Jika reputasi perusahaan di masyarakat baik, maka dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat pada perusahaan, dengan demikian dapat meningkatkan pendapatan perusahaan tersebut. Maka dapat disimpulkan bahwa CSR cukup penting bagi reputasi perusahaan.

Perusahaan dalam melakukan *Corporate Social Responsibility* dipengaruhi beberapa faktor. Dari beberapa penelitian dapat diketahui terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi CSR pada perusahaan antara lain yaitu profitabilitas (Sari, 2012), nilai perusahaan (Nurlaela, 2008), ukuran perusahaan (Nur dan Priantinah, 2012), kepemilikan saham (Nur dan Priantinah, 2012), pajak perusahaan (Octaviana, 2014), dan lain-lain. Dalam penelitian Nur dan Priantinah (2012) menyatakan bahwa *Leverage* juga variabel yang banyak diindikasikan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Karena CSR dianggap memiliki potensi yang sangat baik untuk masa depan perusahaan. Dan hampir semua perusahaan melakukan kegiatan CSR, baik itu perusahaan syariah maupun perusahaan konvensional. Oleh karena itu, peneliti ingin membandingkan luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan syariah dan konvensional.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti mengambil judul **“Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Agresivitas Pajak Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (studi komparatif antara**

perusahaan yang terdaftar di DES dan non-DES)”. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya, yaitu dari penelitian Nur dan Priantinah (2012). Adapun perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini menambahkan variabel independen yaitu agresivitas pajak dan penelitian ini merupakan studi komparatif antara perusahaan yang terdaftar di DES dengan perusahaan yang tidak terdaftar di DES.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, rumusan masalah penelitian ini yaitu :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan yang terdaftar di DES dan non DES?
2. Apakah *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan yang terdaftar di DES dan non DES?
3. Apakah agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan yang terdaftar di DES dan non DES?
4. Apakah terdapat perbedaan antara luas penungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan yang terdaftar di DES dan non DES?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan yang terdaftar di DES dan non DES.
2. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan yang terdaftar di DES dan non DES.
3. Untuk mengetahui pengaruh agresivitas pajak terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan yang terdaftar di DES dan non DES.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan antara luas penungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan yang terdaftar di DES dan non DES.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu ekonomi khususnya di bidang akuntansi. Selain itu, dapat menjadi referensi dalam kegiatan belajar mengajar dan menambah wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi luasnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan. Hingga

akademisi memiliki pandangan untuk menerapkan tanggung jawab sosial ketika memasuki dunia kerja. Serta penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktik

Bagi perusahaan diharapkan dapat menjadi masukan akan pentingnya tanggung jawab sosial. Khususnya setelah mengetahui dampak dan manfaat dari tanggung jawab sosial. Dan juga bisa dijadikan pertimbangan bagi perusahaan dalam memilih untuk menggunakan saham syariah atau konvensional.