

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam sebuah perusahaan atau badan usaha, kegiatan bisnis menjadi perilaku utama dari para pelaku bisnis. Selama ini perusahaan dianggap sebagai lembaga yang memberikan keuntungan bagi masyarakat, dimana menurut pendekatan akuntansi tradisional, perusahaan harus dapat memaksimalkan labanya agar dapat memberikan sumbangan yang maksimum kepada masyarakat (Henny dan Murtanto. 2001:22). Namun, kegiatan bisnis tersebut tetap berorientasi pada keuntungan tanpa dibatasi oleh perbedaan sistem hukum. Kegiatan bisnis tersebut terutama yang bergerak di bidang pemanfaatan sumber daya alam baik secara langsung maupun yang tidak langsung tentu memberikan dampak pada lingkungan sekitarnya seperti masalah-masalah polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Adanya dampak pada lingkungan tersebut mempengaruhi kesadaran masyarakat akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial atau yang dikenal dengan CSR (*Corporate Social Responsibility*), sebuah konsep yang tengah berkembang pesat dalam dunia industri.

CSR adalah komitmen perusahaan yang menekankan bahwa perusahaan harus mengembangkan etika bisnis dan praktik bisnis yang berkesinambungan (*sustainable*) secara ekonomi, sosial dan lingkungan. Konsep ini berkaitan dengan perlakuan terhadap *stakeholder* baik yang

berada di dalam dan di luar perusahaan dengan bertanggungjawab baik secara etika maupun sosial. Hal terpenting dari pelaksanaan tanggung jawab sosial adalah memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri dengan jalan membangun kerjasama antar *stakeholder* yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat di sekitarnya. CSR juga mengandung pengertian bahwa seperti halnya individu, perusahaan memiliki tugas moral untuk berlaku jujur, mematuhi hukum, menjunjung integritas, dan tidak korup. Tanggung jawab sosial perusahaan telah menjadi suatu kebutuhan yang dirasakan bersama antara pemerintah, masyarakat, dan dunia usaha berdasarkan prinsip kemitraan dan kerjasama (Departemen Sosial, 2007) dalam Ardilla (2011).

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 *Corporate Sosial Responsibility* sebagai motivasi untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap pencapaian usaha perbaikan terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Selain usaha perbaikan terhadap lingkungan, perusahaan juga berpartisipasi di dalam pengabdian kepada masyarakat, seperti memberi lapangan pekerjaan kepada masyarakat sekitar perusahaan, perbaikan tingkat pendidikan masyarakat, pelayanan kesehatan, dan sebagainya.

Seluruh perusahaan di Indonesia semakin dituntut untuk memberikan informasi yang transparan atas aktivitas sosialnya, sehingga pengungkapan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) diperlukan peran dari akuntansi pertanggungjawaban sosial (Fr. Reni, 2006). Akuntansi pertanggungjawaban sosial berperan menjalankan fungsinya sebagai bahasa bisnis yang mengakomodasi masalah-masalah sosial yang dihadapi oleh perusahaan, sehingga pos-pos biaya sosial yang dikeluarkan kepada masyarakat dapat menunjang operasional dan pencapaian tujuan jangka panjang perusahaan Utomo, (2000) dalam Eka (2011).

Permasalahan-permasalahan sosial yang dihadapi oleh perusahaan di Indonesia juga terjadi karena lemahnya penegakan peraturan tentang tanggung jawab sosial perusahaan, misalnya tentang aturan ketenagakerjaan, pencemaran lingkungan, perimbangan bagi hasil suatu industri dalam era otonomi daerah (Eka, 2011). Selain itu, dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (revisi 2009) paragraf 12 perusahaan masih bersifat sukarela dalam mengungkapkan CSR kepada publik melalui laporan tahunan perusahaan. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (revisi 2009) paragraf 12 secara jelas menyampaikan saran untuk mengungkapkan bentuk tanggung jawab atas masalah sosial, yaitu sebagai berikut:

“Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (value added statement), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan

penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan”

Dari pernyataan Standar Akuntansi Keuangan di atas dapat dijelaskan bahwa perusahaan belum diwajibkan untuk mengungkapkan informasi sosial terutama informasi mengenai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Dampak dari belum diwajibkan PSAK untuk mengungkapkan informasi sosial menimbulkan praktik pengungkapkan informasi yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat *voluntary* (sukarela), *unaudited* (belum diaudit), dan *unregulated* (tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu) Eka (2011). Menurut Fr. Reni (2006), perusahaan akan mempertimbangkan biaya dan manfaat yang akan diperoleh ketika mereka memutuskan untuk mengungkapkan informasi sosial. Untuk itu pemerintah juga mengeluarkan peraturan yang mengenai tanggung jawab sosial, yang diatur dalam Undang-Undang R.I. No. 40 tahun 2007 pasal 74 tentang “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”, yang berisi :

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Peraturan di atas menunjukkan bentuk kepedulian pemerintah terhadap masalah-masalah sosial, yang dalam hal ini adalah pertanggung jawaban sosial perusahaan. Dengan adanya Undang-Undang R.I. No. 40 tahun 2007 pasal 74 tersebut, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran perusahaan terhadap lingkungan. Namun belum ada standar mengenai seberapa banyak tanggung jawab sosial yang harus diungkap. Penyampaian informasi pengungkapan CSR yang relevan kepada publik akan meningkatkan kepercayaan publik dan investor terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah dilaksanakan oleh seluruh perusahaan di Indonesia. Penelitian terdahulu oleh Achmad (2007) mengenai “*Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Praktik Pengungkapan Sosial Dan Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur Go Publik*”, kemudian penelitian dilakukan oleh Eka (2011) mengenai *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)*, dan Yoga (2011) tentang “*Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*”.

Berdasarkan uraian penelitian terdahulu di atas, yang pernah dilakukan oleh Achmad (2007), Eka (2011) dan Yoga (2011) di dalam meneliti faktor-faktor yang di indikasikan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR antara lain Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Saham Publik, Ukuran Dewan Komisaris dan *Leverage*. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga mampu meningkatkan nilai pemegang saham perusahaan. Dengan profitabilitas yang tinggi, akan memberikan kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan serta melakukan program CSR. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi sosial, Zaleha (2005) dalam Aulia (2010).

Beberapa penelitian yang telah dilakukan menunjukkan adanya hubungan yang positif antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan *profitabilitas* (Theodoran dan Agus 2010, Sri dan Sawitri 2011 dan Achmad 2007) Akan tetapi beberapa penelitian lainnya menunjukkan adanya hubungan yang tidak signifikan antara *profitabilitas* dengan pengungkapan CSR (Fr.Reni 2006 dan Lidya 2011). Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan keuangan 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 mengurangi biaya keagenan tersebut (Eddy, 2005).

Berbagai penelitian yang berhasil membuktikan hubungan positif antara variabel ukuran perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial antara lain dilakukan oleh Eddy (2005) serta Rahma dan Indah (2010). Tetapi tidak semua penelitian mendukung hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Ada penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan positif antar kedua variabel tersebut, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Achmad (2007), Arief dan Kurnia (2008). Kepemilikan saham publik juga dapat mempengaruhi luas pengungkapan sukarela (Hadi dan Sabeni, 2002) dalam Eka (2011). Dengan kepemilikan saham publik, maka perusahaan harus menyajikan laporan tahunan perusahaan kepada publik untuk menjaga kepercayaan investor publik terhadap perusahaan.

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Eka (2011) menemukan bahwa kepemilikan saham publik berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dewan komisaris merupakan wakil *shareholder* dalam perusahaan yang berbadan hukum perseroan terbatas yang berfungsi mengawasi pengelolaan perusahaan yang dilaksanakan oleh manajemen. Dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen perusahaan untuk mengungkapkan CSR pada laporan tahunan perusahaan, sehingga

perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi mengenai CSR.

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Lidya (2010) menemukan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pada umumnya, perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi perhatian dari para *debtholders*. Hubungan antara *leverage* dan pengungkapan CSR juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan Jayanti (2011) menemukan hubungan yang positif antara *leverage* terhadap pengungkapan sosial. Akan tetapi beberapa penelitian lain menunjukkan adanya hubungan yang tidak signifikan antara *leverage* dengan pengungkapan CSR (Ardilla, 2011) dan Fr. Reni (2006).

Berdasar pada beberapa penelitian yang pernah dilakukan, penelitian kali ini bermaksud menguji berbagai fenomena menarik terkait faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, akan tetapi yang akan membedakan penelitian ini dengan penelitiannya lainnya adalah populasi dan sampel yang akan digunakan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan berkategori *high profile*, pemilihan populasi ini dikarenakan perusahaan yang termasuk dalam kategori *high profile* akan memberikan informasi sosial yang lebih banyak. Selain itu, industri *high profile* adalah industri yang memiliki

visibilitas konsumen, resiko politis yang tinggi, atau menghadapi persaingan yang tinggi (Hackston&Milne) dalam Fr Reni (2006). Industri *high profile* umumnya merupakan industri yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi bersinggungan dengan kepentingan luas (*stakeholder*). Sedangkan dari sisi variabel, peneliti akan menambahkan variabel pengungkapan media (*media exposure*), pemilihan variabel pengungkapan media karena pengungkapan media merupakan salah satu sumber utama pada informasi lingkungan.

Media mempunyai peran penting pada pergerakan mobilisasi sosial, misalnya kelompok yang tertarik pada lingkungan (Patten, 2002b dalam Reverte, 2008). Dengan pengungkapan CSR pada media, diharapkan perusahaan akan mempunyai citra yang positif di mata publik, sehingga perusahaan mendapatkan legitimasi atas praktik CSRnya. Hal inilah yang menjadi bagian pada proses membangun institusi, membentuk norma yang diterima dan legitimasi praktik CSR (Reverte, 2008).

Dari latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka dengan ini penulis berusaha untuk melakukan penelitian dengan judul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Berkategori High Profile yang Listing di Bursa Efek Indonesia)”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan sebagian besar perusahaan di Indonesia merupakan motivasi untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap pencapaian usaha perbaikan terhadap lingkungan sekitar perusahaan.
2. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* hanya bersifat wajib bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam.
3. Permasalahan-permasalahan sosial yang dihadapi oleh perusahaan di Indonesia juga terjadi karena lemahnya penegakan peraturan tentang tanggung jawab sosial perusahaan, misalnya tentang aturan ketenagakerjaan, pencemaran lingkungan, perimbangan bagi hasil suatu industri dalam era otonomi daerah.
4. Belum terdapat standar mengenai seberapa banyak *Corporate Social Responsibility* yang harus diungkap.
5. Dampak dari belum diwajibkannya pengungkapan *CSR* sesuai PSAK No 1 (revisi 2009) pargaraf 12 menimbulkan praktik pengungkapkan informasi yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat *voluntary* (sukarela), *unaudited* (belum diaudit), dan *unregulated* (tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu).

6. Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam melakukan pengungkapan indeks *Corporate Social Responsibility*.

C. Pembatasan Masalah

1. Periode penelitian yang dilakukan adalah tahun 2008-2010.
2. Penelitian ini hanya mengambil sampel yang diambil dari perusahaan berkategori *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
3. Variabel independen yang akan diteliti didalam penelitian ini adalah faktor yang mempengaruhi indeks pengungkapan CSR yaitu berupa *profitabilitas*, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, dewan komisaris, *leverage* dan pengungkapan media.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ?
2. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ?
3. Bagaimana pengaruh kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ?
4. Bagaimana pengaruh dewan komisaris terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ?
5. Bagaimana pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ?

6. Bagaimana pengaruh pengungkapan media terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ?
7. Bagaimana pengaruh secara bersama-sama (simultan) *profitabilitas*, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, dewan komisaris dan *leverage*, serta pengungkapan media terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh *profitabilitas* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
2. Mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
3. Mengetahui pengaruh kepemilikan saham publik terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*.
4. Mengetahui pengaruh dewan komisaris terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
5. Mengetahui pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
6. Mengetahui pengaruh pengungkapan media terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
7. Mengetahui pengaruh *profitabilitas*, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, dewan komisaris, *leverage* dan

pengungkapan media terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya pada bidang 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. Penelitian ini diharapkan akan memberikan wacana baru

dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.

c. Bagi masyarakat

Memberikan stimulus sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan. Selain itu, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.