

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia saat ini berkembang semakin pesat di tandai dengan makin beragamnya jumlah perusahaan-perusahaan baru yang bermunculan, sehingga menyebabkan persaingan antar pelaku usaha yang semakin ketat. Perusahaan di anggap banyak memberi keuntungan bagi masyarakat, seperti memberikan kesempatan kerja, menyediakan barang konsumsi, jasa, membayar pajak, memberi sumbangan, dan lain-lain. Akan tetapi, reputasi serta *image* yang baik juga dibutuhkan oleh perusahaan, karena jika perusahaan memiliki reputasi yang buruk maka akan berimbas pada keuntungan yang di peroleh perusahaan itu sendiri, begitupun sebaliknya. Sekarang ini semakin banyak aktivitasnya perusahaan yang tanpa didasari menimbulkan persoalan lingkungan, seperti polusi udara, pencemaran lingkungan, kebisingan, deskriminasi, pemaksaan, dan kesewenang-wenangan. Oleh karena itu, perusahaan di haruskan untuk melakukan pertanggung jawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility*.

Tanggung jawab sosial atau biasa disebut sebagai *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggung jawab dalam keuangan saja, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Tanggung jawab tersebut meliputi pencegahan dari dampak

negatif yang di timbulkan pihak lain dan lingkungan serta meningkatkan kualitas masyarakat termasuk karyawan, pemasok, pelanggan, dan lingkungan (Junardi, 2019:69). Istifaroh & Anang (2017) menyatakan, pengungkapan tersebut bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif perusahaan dengan publik *stakeholders* lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan *Corporate Social Responsibility*. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang tepat dan sesuai harapan *stakeholder* akan memberikan sinyal berupa *goodnews* yang di berikan oleh manajemen kepada publik bahwa perusahaan memiliki prospek yang bagus dimasa depan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*) sebagai sebuah gagasan bahwa perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berbijak pada garis bawah tunggal. (single bottom line). Tetapi, tanggung jawab perusahaan harus berbijak pada bottom lines. Bottom lines lainnya yaitu sebuah bisnis bukan hanya untuk memperoleh keuntungan atau mencari laba (*profit*), tetapi juga untuk mensejahterakan rakyat (*people*), dan menjaga kelestarian serta kelangsungan hidup (*planet*). Hal ini di karenakan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya, perusahaan akan berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung dengan lingkungan sekitarnya (Jumadiyah dkk. 2018 :60).

Kewajiban untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility* terdapat dalam peraturan pemerintah No. 47 Tahun 2012 yang menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang yang berkaitan

dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam peraturan pemerintah ini di atur mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang bertujuan mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi komunitas setempat dan masyarakat pada umumnya maupun perseroan itu sendiri dalam rangka terjalinnya hubungan perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, norma, dan budaya masyarakat setempat. Peraturan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan tersebut merupakan bentuk ketegasan pemerintah terhadap perusahaan *go public*, dan seharusnya di imbangi kesadaran dari perusahaan untuk melakukan *Corporate Social Responsibility* (Ekowati dkk. 2014).

Praktik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia telah mendapat perhatian yang cukup besar. Hal ini di latar belakang seiring dengan perkembangan demokrasi, dan masyarakat yang semakin krisis, serta perusahaan sudah mulai di tuntutan untuk memberikan informasi yang transparan atas aktivitas sosialnya. Sementara, beberapa pelanggaran praktik *CSR* oleh perusahaan publik di Indonesia misalnya dilakukan oleh PT Tuba Pulp Lestari Tbk yang dituntut dengan tuduhan pencemaran Danau Toba (Sukmana, 2016). PT High Eagle Plantations Tbk ditudig Greenpeace merusak hutan di Kalimantan dan Papua (Bayu, 2016). PT Holcim Indonesia Tbk dituntut karena pencemaran udara (Arfah, 2016). PT Central Georgette Nusantara Printing dituntun dengan tuduhan pencemaran lingkungan. Sekitar

5.000 liter oli dari mesin steam boiler (ketel uap) PT Central Georgette Nusantara Printing (CGNP) pecah dan tumpah mencemari wilayah genangan Waduk Saguling di Kampung Cibingbin RT 1 RW 4, Desa Laksanamekar, Kecamatan Padalarang, Kabupaten Bandung Barat. Sebelum mengalir ke perairan Saguling, oli sisa pembakaran turut merendam dua hektar lahan pertanian yang dikelola 15 petani sehingga terancam gagal panen. Selain itu, oli mencemari perairan Seguling di Cibingbin karena baunya yang sangat menyengat sehingga dipenuhi bangkai ikan.

Terjadinya fenomena di atas terlihat bahwa kerusakan lingkungan banyak dilakukan oleh perusahaan yang memang di latar belakang oleh kegiatan perusahaan, dan perusahaan-perusahaan di Indonesia belum mampu secara optimal menjalankan tanggung jawab sosialnya terhadap lingkungan. Fenomena tersebut juga mengindikasikan bahwa landasan hukum tidak cukup memotivasi perusahaan melakukan praktik *CSR* sebaik mungkin, namun di perlakukan komitmen manajemen dan pemegang saham perusahaan untuk menjadikan isu sosial sebagai prioritas dan bagian dari strategi bisnis perusahaan (Widiastuti dkk. 2018).

Dalam pelaksanaannya, pengungkapan *CSR* dianggap dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor penentu yaitu, ukuran perusahaan, likuiditas, profitabilitas, dan kepemilikan manajerial terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Ukuran perusahaan merupakan gambaran total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka tekanan yang di terima oleh perusahaan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas dari *stakeholder*. Perusahaan akan melakukan pengungkapan *CSR* lebih luas guna menjaga pengaruh terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Ukuran perusahaan dapat di lihat dari total aset yang di miliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menandakan perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan atau pertumbuhan yang baik sehingga akan mengupayakan kepercayaan para *stakeholder* dengan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang lebih luas lagi. Luas pengungkapan yang mengalami peningkatan dapat dilihat dari laporan tahunan perusahaan.

Semakin besar perusahaan maka akan semakin luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang di lakukan (Putri & Christiawan, 2014). Hasil penelitian ditemukan dalam penelitian yang di lakukan oleh Efendi & Hapsari (2015), dan Indraswari (2015) dalam penelitian yang mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan. Sedangkan pada penelitian yang di lakukan oleh Sari (2013) menemukan hasil temuan yang menyatakan bahwa

ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya yang harus dipenuhi, atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan pada saat di tagih. Perusahaan yang mampu memenuhi kewajiban keuangannya tepat pada waktunya apabila perusahaan tersebut mempunyai alat pembayaran ataupun aktiva lancar yang lebih besar dari hutang lancarnya atau hutang jangka pendek. Sebaiknya jika perusahaan tidak dapat segera memenuhi kewajiban keuangannya pada saat ditagih, berarti perusahaan tersebut dalam keadaan likuid (Munawir, 2014).

Likuiditas dapat di hitung melalui sumber informasi tentang modal kerja yaitu pos-pos aktiva lancar dan hutang lancar. Pengukuran likuiditas yang di gunakan terdiri dari rasio lancar, rasio cepat, aktiva lancar, dan hutang lancar. Rasio lancar menunjukkan sejauh mana aktiva lancar menutupi kewajiban-kewajiban lancar. Semakin besar perbandingan aktiva lancar menutupi kewajiban lancar semakin tinggi kemampuan perusahaan menutupi kewajiban jangka pendeknya.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam periode tertentu. Susilo (2016) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial dan lingkungan kepada *stakeholder*. Manajemen pada perusahaan dengan profitabilitasnya tinggi

maka akan memiliki pengetahuan dan cukup mengerti dan peduli terhadap sosial dan lingkungan akan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* lebih besar lagi. Hal ini bisa dilakukan karena perusahaan dengan profitabilitas yang besar memiliki cadangan dana untuk melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* akan lebih besar, karena biaya untuk pelaksanaan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sudah tersedia.

Berdasarkan teori *stakeholder*, perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi maka perlu melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang lebih tinggi hal ini dilakukan guna menyeimbangkan konflik antar *stakeholder* dalam menilai sejauh mana perusahaan dalam melaksanakan perannya sesuai keinginan *stakeholder*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang telah dilakukan oleh perusahaan tersebut (Putri dan Chistiawan, 2014).

Kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham yang dimiliki oleh eksekutif dan direktur. Presentase kepemilikan ditentukan oleh besarnya presentase jumlah saham terhadap keseluruhan saham perusahaan (Ni Putu & I Dewa, 2020). Kepemilikan manajerial dalam perusahaan dipandang dapat menyalurkan potensi konflik kepentingan antara pemegang saham luar dengan manajemen. Adanya kepemilikan saham manajerial maka pihak manajerial akan memperoleh manfaat langsung dari keputusan yang

diambilnya, namun akan menanggung risiko secara langsung bila keputusan itu salah (Dian dan lidyah, 2014).

Risiko-risiko yang terjadi karena kesalahan dalam pengambilan keputusan dapat langsung dirasakan oleh pihak manajemen. Pihak manajemen memiliki tugas untuk bertanggung jawab dalam pengelolaan perusahaan yang di pegang dengan maksud untuk memberikan peningkatan kinerja perusahaan, jika semakin besar kepemilikan manajerial dalam perusahaan maka manajemen memahami kepentingan pemegang saham (Nugroho, 2018). Manajemen akan berhati-hati dalam mengambil suatu keputusan, karena manajemen akan ikut merasakan manfaat secara langsung dari keputusan yang diambil. Dengan demikian, adanya kepemilikan manajerial berfungsi untuk menghubungkan kepentingan antara pihak internal dengan pihak pemegang saham, sehingga tercipta pengambilan keputusan yang memberikan pengaruh atau dampak pada suatu perusahaan (Cristofer & Nugroho, 2018).

Menurut penulis luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada laporan tahunan suatu perusahaan sangat mudah di pengaruhi oleh keadaan perusahaan. Walaupun beberapa aturan sudah banyak mengatur tentang luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* tetapi dengan tidak kuatnya aturan yang mengikat terbukti banyak perusahaan yang tidak sepenuhnya menjalankan aturan tersebut. Pada penelitian sebelumnya telah mencoba mencari tahu tentang bebrapa faktor yang berhubungan dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang mempengaruhi luas

pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan. Faktor-faktor tersebut telah dibuktikan oleh beberapa peneliti terbukti mampu berpengaruh positif dan signifikan lemah sampai kuat terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Namun beberapa peneliti juga menemukan hasil penelitian yang membuktikan bahwa faktor-faktor tersebut tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dipilih sebagai objek penelitian di karenakan perusahaan sub sektor makanan dan minuman memberikan peluang investasi dalam mendukung pembangunan ekonomi. Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman merupakan penompang perekonomian nasional di tengah perekonomian dunia karena sektor ini memberikan kontribusi yang cukup signifikan pada pertumbuhan perekonomian di Indonesia.

Industri sub sektor makanan dan minuman merupakan industri yang perkembangannya sangat pesat di Indonesia. Karena konsumsi masyarakat terhadap makanan dan minuman tetap menjadi kebutuhan pokok meskipun terjadi krisis ekonomi. Semakin besar tingkat konsumsi, maka semakin besar pula tingkat permintaan akan produksi makanan dan minuman. Keadaan tersebut mendorong perusahaan makanan dan minuman untuk meningkatkan produksinya sehingga laba yang di peroleh perusahaan akan meningkat di ikuti oleh meningkatnya harga saham. Di lihat perkembangan investasi,

industri makanan dan minuman terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini berdampak langsung terhadap kebutuhan makanan dan minuman yang cenderung meningkat tiap tahunnya.

Penelitian-penelitian sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* memiliki hal yang berbeda.

Menurut Ekowati dkk (2014) melakukan penelitian menggunakan empat variabel, yaitu profitabilitas, likuiditas, *growth* dan media *exposure* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan yang dijadikan sampel sebanyak 57 perusahaan manufaktur selama Tahun 2010-2012. Pengujian hipotesis menggunakan metode regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan media *exposure* yang berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan untuk variabel likuiditas dan *growth* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Putri dan Yulius (2014) meneliti tentang pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan *lverage* terhadap *Corporate Social Responsibility*. Sampel yang digunakan sebanyak 19 dari perusahaan-perusahaan yang mendapat penghargaan ISRA dan listed (Go-publik) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada Tahun 2010-2012. Pengujian hipotesis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, likuiditas, dan *lverage* tidak memiliki pengaruh terhadap *Corporate Socil Responsibility*. Daud (2014)

melakukan penelitian mengenai pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada laporan tahunan di Indonesia. Penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2010-2012. Pengujian hipotesis menggunakan metode regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran dewan komisaris dan kepemilikan saham berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Pradayani dan Eka (2015) melakukan penelitian menggunakan empat variabel, yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris dan pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan yang dijadikan sampel sebanyak 198 perusahaan manufaktur selama Tahun 2011-2013. Pengujian hipotesis menggunakan metode regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan profitabilitas dan dewan komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Wardani dan Dul (2017) melakukan penelitian mengenai pengaruh agresivitas pajak, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility*. Sampel yang digunakan sebanyak 153 perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode Tahun 2014-2015. Pengujian hipotesis menggunakan metode

Ordinri Least Square (OLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa agresivitas pajak, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*.

Widiastuti dkk (2018) melakukan penelitian menggunakan empat variabel, yaitu ukuran perusahaan, tipe industri, *growth*, dan *media exposure* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan yang di jadikan sampel yaitu seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang menerbitkan annual report selama tahun 2014-2015. Pengujian hipotesis menggunakan metode regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan tipe industri berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan untuk variabel *growth* dan *media exposure* tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji tentang “**Faktor Penentu Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)**”.

## **1.2 Masalah Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka menjadi rumusan masalah penelitian adalah Faktor Penentu Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia).

### **1.3 Persoalan Penelitian**

Berdasarkan masalah di atas, maka menjadi persoalan penelitian yang akan di jadikan bahan dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ?
- b. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ?
- c. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ?
- d. Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ?

### **1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
2. Untuk mengetahui pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
3. Untuk mengetahui pengaruh yang profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

#### **1.4.2. Manfaat Penelitian**

##### **a. Manfaat akademik**

Bagi akademik penelitian di harapkan memberikan informasi tentang faktor penentu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia ).

##### **b. Manfaat praktis**

1. Bagi penulis, penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan pengembangan ilmu pengetahuan tentang faktor penentu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia ).
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat dijadikan referensi tambahan untuk melakukan penelitian selanjutnya.
3. Bagi perusahaan, penelitian ini bermanfaat sebagai dasar pemikiran di dalam menjalankan serta mencapai tujuan perusahaan sesuai dengan misi yang diembanya.