

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Belakangan ini, aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah berkembang menjadi bagian dari strategi bisnis perusahaan, terutama terkait dengan fungsi pemasaran, *public relation*, dan pengambilan kebijakan investasi. Saat ini perusahaan tidak hanya dituntut mencari keuntungan atau laba semata, namun juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat. Dari segi ekonomi, perusahaan diharapkan mendapatkan keuntungan yang setinggi-tingginya, tetapi terhadap aspek sosial, perusahaan harus memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat dengan meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungannya.

Perusahaan sebagai badan hukum yang dibentuk oleh masyarakat dan di dalamnya terdapat pula karyawan yang merupakan bagian dari masyarakat, membutuhkan masyarakat untuk bertahan hidup, beroperasi dan memperoleh keuntungan bisnis. Oleh sebab itu, selain harus bersikap tanggap, perusahaan juga dituntut untuk memiliki rasa kepedulian dan bertanggung jawab atas hak dan kepentingan masyarakat (Keraf, 2013: 122). CSR saat ini dikembangkan sebagai biaya bagi perusahaan namun juga sebagai investasi jangka panjang.

Pandangan dalam dunia usaha dimana perusahaan hanya bertujuan untuk mendapatkan laba yang setinggi-tingginya tanpa memperhatikan dampak yang muncul dalam kegiatan usahanya kini sudah tidak dapat

diterima lagi. Perkembangan dunia usaha saat ini menuntut perusahaan untuk meningkatkan perhatiannya kepada lingkungan sosial.

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 semakin meningkat. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan telah melaksanakan aktivitas sosialnya untuk memastikan bahwa hak-hak mereka telah terpenuhi. Pusat perhatian pada akuntansi konvensional adalah stakeholders dan bondholders, sedangkan pihak lain diabaikan. Akuntansi konvensional pun menuai berbagai kritikan, karena dianggap belum mampu mengakomodir kepentingan masyarakat secara luas, sehingga pada akhirnya menghadirkan konsep akuntansi yang dikenal sebagai Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial (Anggraini, 2013:98).

Tanggung jawab sosial perusahaan dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan yang berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Guthrie dan Mathews, 1985). Dalam konteks global, istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mulai digunakan sejak tahun 1970- an. Elkington (2013:90) mengemas CSR dalam tiga fokus (3P) yaitu *profit*, *planet* dan *people*. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi (*profit*), tetapi juga memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*).

Dalam pertimbangan pengambilan keputusan investasi, investor seringkali melihat ukuran perusahaan dan melakukan penilaian kinerja keuangan perusahaan tersebut (Purnasiwi dan Sudarno, 2014: 5). Ukuran

perusahaan (*size*) perusahaan adalah variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan sosial dalam laporan tahunan yang dibuat perusahaan. Hal ini dihubungkan dengan teori agensi yang memprediksi perusahaan besar yang mempunyai biaya keagenan yang lebih tinggi akan mengungkapkan informasi lebih luas dengan tujuan mengurangi biaya keagenan yang tinggi tersebut (Sembiring, 2013:71). Selain itu, perusahaan besar adalah emiten yang banyak disoroti oleh publik, pengungkapan yang lebih besar akan mengurangi biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan berukuran lebih besar cenderung memiliki public demand akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil (Sembiring, 2013: 71).

Penilaian terhadap kinerja keuangan perusahaan antara lain dapat dilihat dari kemampuan perusahaan menghasilkan laba dan *leverage* perusahaan. Rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Keuntungan ini kemudian dibagikan kepada para pemegang saham setelah sebelumnya dikurangi dengan bunga dan pajak. Dengan demikian, semakin banyak keuntungan yang dihasilkan semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya. Para manajer yang berhasil memimpin perusahaannya meraih keuntungan yang tinggi tidak hanya mendapatkan dividen, melainkan juga akan memperoleh power yang lebih besar dalam menentukan kebijakan yang akan diambil perusahaan.

Oleh karenanya, semakin besar dividen (*dividend payout*) yang dibagikan semakin hemat pula biaya modal. Selain itu, power para manajer (*insider*) akan semakin meningkat bahkan dapat menaikkan tingkat kepemilikan karena meningkatnya penerimaan dividen sebagai hasil keuntungan yang tinggi. Oleh sebab itu, profitabilitas merupakan pertimbangan yang penting bagi para investor dalam membuat keputusan investasinya (Purnasiwi dan Sudarno, 2014: 6).

Menurut Purnasiwi dan Sudarno (2014: 6) leverage menunjukkan seberapa besar suatu perusahaan bergantung kepada kreditur dalam membiayai aset perusahaan yang dimiliki. Perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi berarti akan sangat bergantung kepada pinjaman luar dalam membiayai asetnya, sedangkan perusahaan dengan tingkat leverage lebih rendah menunjukkan bahwa perusahaan kurang bergantung pada pinjaman luar dikarenakan lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri.

Tingkat leverage perusahaan, oleh karenanya mendeskripsikan risiko keuangan perusahaan. Teori keagenan mengemukakan bahwa perusahaan yang mempunyai rasio leverage yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi sebab biaya keagenan yang dimiliki perusahaan yang mempunyai struktur modal lebih tinggi (Jensen dan Meckling, 2013:90). Tambahan informasi perusahaan diperlukan untuk menghilangkan keraguan para pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur. Pendapat ini didukung oleh Schipper, 1981 dan Meek, 1995 dalam Purnasiwi dan Sudarno (2011: 6).

Selain itu, alasan pengungkapan CSR oleh perusahaan adalah untuk memperoleh keunggulan kompetitif, untuk memenuhi ketentuan kontrak pinjaman dan memenuhi ekspektasi masyarakat, untuk melegitimasi tindakan perusahaan, dan untuk menarik investor. 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.

Dari fenomena-fenomena yang terjadi dan dari hasil penelitian terdahulu terdapat beberapa variabel yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR masih menunjukkan hasil yang berbeda, bahkan bertentangan dengan antara hasil penelitian yang satu dengan yang

lainnya. Hal inilah yang akan menjadi *research gap* dalam penelitian ini, sehingga sangat menarik dan perlu dilakukan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan *research gap* tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *size*, berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan (*corporate social responsibility*) CSR pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan (*corporate social responsibility*) CSR pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017?
3. Apakah *leverage* berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan (*corporate social responsibility*) CSR pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017?
4. Apakah *size*, profitabilitas dan *leverage* berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan (*corporate social responsibility*) CSR pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017?
5. Manakah diantara *size*, profitabilitas dan *leverage* berpengaruh secara dominan terhadap pengungkapan (*corporate social responsibility*) CSR pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disebutkan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *size* berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan (*corporate social responsibility*) CSR pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan (*corporate social responsibility*) CSR pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *leverage* berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan (*corporate social responsibility*) CSR pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *size*, profitabilitas dan *leverage* berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan (*corporate social responsibility*) CSR pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis manakah diantara *size*, profitabilitas dan *leverage* berpengaruh secara dominan terhadap pengungkapan (*corporate social responsibility*) CSR pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan kontribusi bagi beberapa pihak terkait. Hasil penelitian ini, dapat memberikan:

1. Manfaat Teoritis

Mengembangkan teori keilmuan terkait size, profitabilitas dan leverage terhadap pengungkapan CSR.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini bermanfaat bagi para pembaca sebagai sarana untuk menambah pengetahuan mengenai penelitian tentang pengaruh size, profitabilitas dan leverage terhadap pengungkapan CSR.

b. Bagi peneliti lebih lanjut

Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan dan untuk meneliti lebih lanjut dengan menggunakan variabel yang berbeda.

E. Batasan Penelitian

Agar dalam pembahasan lebih terarah dan berjalan dengan baik maka perlu adanya ruang lingkup penelitian, yaitu:

1. Penelitian ini dibatasi lokasinya hanya pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017.
2. Penelitian ini dibatasi lingkupnya pada masalah yang berkaitan dengan pengaruh size, profitabilitas dan *leverage* terhadap pengungkapan CSR.