BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat era globalisasi sekarang banyak organisasi atau perusahaan yang menyadari apa pentingnya penerapan tanggung jawab sosial atau (*corporate social responsibility*/CSR) sebagian dari strategi perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Tanpa adanya tanggung jawab sosial perusahaan tersebut akan mengeluarkan banyak biaya yang akan merugikan perusahaan, seperti yang digunakan untuk memberi laporan dan inforamsi yang mengenai pelaksanaan tanggung jawab sosial.

Sebelumnya perusahaan dan masyarakat yang saling terkait dimana keduanya sangat menentukan sebuah keberhasilan dalam sebuah perusahaan, untuk menjaga keberhasilan perusahaan harus mengetahui bahwa tanggung jawab sosial atau (*corporate responsibility*/CSR) tidak hanya memberikan kesetabilan keuangan akan tetapi tanggung jawab sosial juga memberikan keuntungan yang berlebih.

Tanggung jawab sosial atau (*corporate social responsibility/*CSR) sangat penting dalam dunia kerja dengan adanya tanggung jawab sosial dapat digunakan tolak ukur dampak buruknya perusahaan terhadap aspek sosial, aspek ekonomi dan aspek lingkungan yang dapat ditimbulkan pada saat menjalankan aktivitasnya. Tanggung jawab sosial atau (*corporate social responsibility/*CSR) dapat juga dikatakan sebagai pengembang ekonomi yang berkelanjutan dengan cara memperhatikan tanggung jawab

sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan (TJSP) adalah tanggung jawab moral perusahaan terhadap masyarakat. Tanggung jawab moral perusahaan dapat diarahkan kepada banyak hal seperti diri sendiri, kepada para karyawan dan kepada perusahaan (K. Bertans, 2009:292). Dengan perkembangan zaman dan teknologi yang semakin canggih yang menyebabkan masyarakat semakin meningkat kesadaran tanggung jawab sosial terhadap perusahaan.

Konsep tanggung jawab sosial atau (*corporate social responsibility*/CSR) adalah tanggung jawab perusahaan terhadap pengembang kepentingan *(stakeholder)* atau dengan pihak yang terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan media untuk menjalankan komunikasi yang baik dengan *stakeholder* bahwa perusahaan telah mengungkapkan tanggung jawab sosial (Darwin,2007).Dengan adanya tanggung jawab sosial akan mengurangi dampak yang disebabkan oleh perusahaan dapat dilihat penyebab perusahaan terhadap kerusakan lingkungan sekitar perusahaan, dengan adanya tanggung jawab sosial dapat mengurangi dan dapat juga dimanfaatkan.

Sambiring (2005) mengumukakan bahwa tumbuhnya peran perusahaan ditengah masyarakat yang dapat melahirkan kretik dan kehawatiran yang karena menciptakan masalah sosial, polusi, sumber daya, limbah, mutu produk, tingkat *safety* produk, serta hak dan status tenaga kerja. Sehingga sebagian perusahaan besar sudah menggunakan

tanggung jawab sosial atau (*corporate social responsibility/*CSR) karena perusahaan menuntut untuk meminimlkan resiko, memaksimalkan laba perusahaan dan dapat berkontribusi positif pada lingkungan sosial pada perusahaan sekitar.

Setiap perusahaan mempunyai dampak sosial maupun lingkungan seperti berpengaruh pada sumber daya manusia, kualitas produk, keamanan, lingkungan sekitar, penjualan dan lain-lain. Sehingga dapat menyita perhatian pada penerapan tanggung jawab sosial pada perusahaan. Dengan ini dipilih perusahaan manufaktur sebagai sempel dalam penelitian ini dikarenakan perusahaan manufaktur sangat berdampak besar pada lingkungan sekitar perusahaan yang merupakan konsep dari tanggung jawab sosial atau (*corporate social responsibility*/CSR) yang digunakan perusahaan sebagai pengukur tanggung jawab perusahaan.

Tanggung jawab sosial atau (*corporate social responsibility*/CSR) sudah diungkapkan pada laporan keuangan perusahaan telah diatur dalam undang-undang perseroan terbatas Nomor 40 Tahun 2007 pada pasal 66 ayat (2) bagian C dapat disebutkan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan dan lingkungan tersebut kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksananya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran (Fans Satrio Wicaksono, 2009:69). Perusahaan juga diwajibkan untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan sekitar perusahaan.

Tanggung jawab sosial atau *corporate social responsbility* (CSR) dapat mengacu perusahaan dalam memperbaiki aspek sosial, aspek ekonomi dan aspek lingkungan. Tidak hanya memperbaiki aspek tanggung jawab sosial akan tetapi juga dapat memperbaiki laporan keuangan, memaksimalkan laba dan kinerja dalam perusahaan. Tanggung jawab sosial atau (*corporate social responsibility/*CSR) dapat mengukur tinggi rendahnya perusahaan yang berdampak terhadap tanggung jawab sosial.

Dalam era saat ini perusahaan dituntut untuk lebih terbuka tentang tanggung jawab sosial dan lebih transparan tentang semua kegiatan yang ada pada perusahaan tentang laporan tahunan. Dengan adanya informasi yang diungkapkan perusahaan dapat memperjelas tanggung jawab perusahaan terhadap pihak yang terkait yaitu masyarakat dan karyawan yang menginginkan keamanan, kesejahteraan karyawan, keselamatan produk, kehalalan produk, kebersihan dalam pembuatan produk dengan bahan yang aman. Dengan adanya tanggung jawab perusahaan yang terkait aspek yang dijelaskan diatas masyarakat akan lebih mempercayai perusahaan terkait pada pengungkapan tanggung jawab sosial yang transparan.

Tujuan Tanggung jawab sosial atau (*corporate social responsibility/*CSR) adalah mempertanggung-jawabkan tindakan-tindakan suatu perusahaan dan berusaha untuk menimbulkan *impact* positif melalui aktivitas perusahaan terhadap lingkungan, pelanggan, karyawan,

komunitas, *stakeholder* dan semua anggota publik yang berada dalam jangkauan operasi bisnisnya (Beni Bevly, 2012:7).

Dengan adanya ukuran suatu perusahaan dapat dikatakan perusahaan itu berada pada posisi kecil maupun besar yang mempunyai dampak pada laba perusahaan. Suatu perusahaan yang mempunyai profitabilitas yang tinggi akan mengungkapkan informasi yang lebih luas dari laporan keuangan dan dapat menarik pihak *stakeholder* dan pihak eksternal untuk memperlihatkan perusahaan yang sedang dalam kapasitas perusahaan yang baik dan profitabilitas yang tinggi.

Struktur modal perusahaan dapat digambarkan melalui rasio *leverage*. Wardani (2013) menyatakan bahwa *leverage* adalah perbandingan antara dana yang diproleh dari eksternal perusahaan dengan dana yang dimiliki oleh perusahaan. Ketika perusahaan memiliki *leverage* yang tinggi akan mengakibatkan perusahaan adanya pengawasan dari pihak pemegang saham. Wardani (2013) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan tanggung jawab sosial supaya melaporkan laba sekarang yang tinggi.

Berdasakan penjelasan diatas mengenai tanggung jawab sosial pada perusahaan dapat diteliti lebih lanjut dan membahas tentaang permasalahan tersebut dengan judul " **Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Perusahaan Dan *Leverage* Terhadap Tanggung Jawab Sosial atau *Corporate Social Responsbility* (CSR) Studi Empiris Pada**

Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2012 – 2016 ''.

1.2 Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan diatas dapat di identifikasi masalah yang telah dijelaskan yaitu pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas perusahaan dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial atau (*Corporate Social Responsibility*/CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada ahun 2012 – 2016.

1.3 Rumusan Masalah

Permasalahan utama pada penilitian ini adalah sebagian besar perusahaan kurangnya tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan terhadap lingkungan perusahaan sekitar, dengan adanya tanggung jawab sosial atau (*Corporate Social Responsibility*/CSR) bisa menyebabkan kerugian dan keuntungan.

Kerugian yang didapat perusahaan yaitu ketika perusahaan tidak menjalankan tanggung jawab sosial pada lingkungan sekitar dan dapat menyebabkan citra yang tidak baik pada perusahaan dan dapat menyebabkan pihak yang terlibat tidak mempercayai pada perusahaan.

Keuntungan yang diperoleh perusahaan dengan menerapkan tanggung jawab sosial akan menambah profitabilitas perusahaan dengan

adanya ukuran perusahaan investor akan memilih untuk kerja sama dalam perusahaan, untuk mengukur perusahaan dalam tahap besar kecilnya perusahaan dapat menggunakan rasio *leverage*. Sehingga dapat diteliti lebih lanjut yaitu pengaruh ukuran perusahaan, profitabiltas perusahaan dan *leverage* terhadap tanggung jawab sosial atau (*Corporate Social Responsbility*/CSR).

Berdasarkan permasalahan tersebut dapat diajukan pernyataan sebagai berikut:

1 Apakah ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap tanggung jawab sosial atau (*Corporate Social Responsibility/*CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?

2 Apakah ada pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap tanggung jawab sosial atau (*Corporate Social Responsibility/*CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?

3 Apakah ada pengaruh *leverage* terhadap tanggung jawab sosial atau (*Corporate Social Responsibility/*CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indinesia ?

4 Apakah ada pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas perusahaan dan *leverage* memiliki pengaruh secara berganda terhadap penggungkapan tanggung jawab sosial atau (*Corporate Social Responsibility/*CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial atau (*Corporate Social Responsibility/*CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek indonesia pada tahun 2012-2016.
2. Menguji pengaruh Profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial atau (*Corporate Social Responsibility/*CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2016.
3. Menguji pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial atau (*Corporate Social Responsibility/*CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2016.
4. Menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas perusahaan dan leverage terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial atau (*Corporate Social Responsibility/*CSR) secara berganda pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesi pada tahun 2012-2016.

1.5 Manfaat Penelitaian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Penelitian Lain

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk mengembangkan literatur dalam bidang manajemen keuangan, salah satu dapat dijadika referensi bagi peneliti berikutnya dalam bidang tanggung jawab sosial perusahaan serta memberikan wawasan kepada pembaca akan pentingnya tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar.