

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan praktik dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia dilatarbelakangi dengan adanya dukungan dari pemerintah, yaitu dengan dikeluarkannya regulasi terhadap kewajiban praktik dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Menurut Rahmawati (2012), sejak akhir September 2007, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mulai diwajibkan melalui adanya UU Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007, khususnya untuk perusahaan-perusahaan yang hidup dari ekstraksi sumber daya alam. Didalam pasal 24 Undang-Undang tersebut telah diatur mengenai kewajiban pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Dengan demikian, diharapkan tidak akan ada lagi sebutan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) tidak bersifat sukarela namun sifat dari pengungkapan tersebut adalah wajib hukumnya (UU PT. 2007).

*Corporate Social Responsibility* digunakan sebagai salah satu indikator penilaian kinerja dari sebuah perusahaan dengan dicantumkan informasi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di dalam catatan laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan. Melalui Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007, pasal 66 ayat (2) bagian c disebutkan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan untuk melaporkan pelaksanaan

tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sementara itu pada pasal 74 disebutkan bahwa kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam. Kewajiban pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* juga diatur dalam Undang-Undang Penanaman Modal No 25 Tahun 2007, pada pasal 15 bagian b, pasal 17, serta pasal 34 yang mengatur bahwa setiap penanam modal diwajibkan untuk ikut serta dalam tanggung jawab sosial perusahaan (UU PT. 2007).

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 Tahun 2009 paragraf 12 tentang Penyajian Laporan Keuangan dan Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal. Undang-Undang No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang menyatakan bahwa setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun kini telah diterbitkan peraturan baru yang merupakan amanat dari UU No.40 Tahun 2007 pasal 74 ayat (4) yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 yang diterbitkan pada bulan April 2012. Pada pasal 3 ayat (1) menyatakan CSR menjadi kewajiban bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam. Pada ayat (2) dijelaskan bahwa kewajiban CSR dilakukan baik didalam maupun di luar lingkungan perseroan. Pada pasal 6 sendiri dijelaskan bahwa melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dimuat dalam laporan tahunan Perseroan dan dipertanggungjawabkan kepada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

*Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sekitar perusahaan tersebut berlangsung. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diungkapkan didalam laporan keuangan yang disebut dengan *Sustainability Reporting*. Laporan tersebut merupakan sebuah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh, serta kinerja organisasi dalam konteks pembangunan berkelanjutan. Dengan menjalankan program *Corporate Social Responsibility* secara berkelanjutan, diharapkan perusahaan berjalan dengan lebih baik dan menjaga eksistensinya serta mendatangkan keuntungan bagi perusahaan di masa yang akan datang.

*Corporate Social Responsibility* dilatarbelakangi masih rendahnya kualitas dan kuantitas pengungkapan informasi yang berkaitan dengan aktivitas/keadaan lingkungan perusahaan di Indonesia. Faktanya di Indonesia banyak kasus yang berhubungan dengan CSR. Berikut adalah beberapa fenomena, diantaranya sebagai berikut:

Program penilaian kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup (PROPER) adalah suatu penilain kinerja pengelolaan lingkungan suatu perusahaan yang memerlukan indikator yang terukur ([wikipedia.org](http://wikipedia.org)). Program tersebut dicanangkan oleh Kementerian Lingkungan Republik Indonesia dengan maksud dan tujuan untuk meningkatkan peran perusahaan dalam melakukan pengelolaan lingkungan sekaligus menimbulkan efek stimulan dalam pemenuhan peraturan lingkungan serta nilai tambah terhadap pemeliharaan sumber daya alam, konservasi

energi, dan pengembangan masyarakat. Pada tanggal 15 Desember 2017, terkait Keputusan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia No.SK.696/Menlhk/Setjen/Kum.1/12/2017 tentang hasil penilaian peringkat kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup tahun 2016-2017 menyatakan bahwa masih banyak perusahaan yang berada di peringkat merah. Dari beberapa perusahaan yang masuk dalam peringkat merah, perusahaan dengan sektor *food and beverage industry* atau perusahaan dalam pengelolaan makanan dan minuman masih mendominasi dalam peringkat tersebut. Beberapa perusahaan tersebut diantaranya adalah PT Cerester (pengelolaan tepung), PT Forisa Nusapersada, PT Essence Indonesia, PT Heinz ABC Indonesia (makanan dan minuman), PT Indofood Sukses Makmur. Tbk. Divisi Bogasari Jakarta, dan masih banyak lagi. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak perusahaan yang masih belum mengerti mengenai pentingnya *Corporate Social Responsibility* di dalam perusahaan khususnya perusahaan sektor konsumsi ([www.menlh.go.id](http://www.menlh.go.id)).

Selain terkait masalah lingkungan, program *Corporate Social Responsibility* juga harus dapat menimbulkan dampak positif bagi masyarakat khususnya masyarakat di sekitar perusahaan. Banyaknya kawasan industri di kota-kota besar seperti Jakarta, Banten, Tangerang seharusnya melalui alokasi dana program *Corporate Social Responsibility* perusahaan dapat meningkatkan strata ekonomi masyarakat sekitar. Akan tetapi masih banyak pengalokasian dana yang kurang tepat sasaran atau dimanfaatkan oleh pejabat-pejabat terkait, yang seharusnya dana tersebut

ditujukan bagi masyarakat. Ketua komisi VI DPR Teguh Juwarno mengatakan, jika dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) Perusahaan sasarannya tepat maka dapat meningkatkan strata ekonomi masyarakat sekitar ([www.liputan6.com](http://www.liputan6.com)). Perusahaan harus lebih transparan terkait pengungkapan *Corporate Social Responsibility* agar tidak terjadi tumpang tindih antara persepsi dari masyarakat, perusahaan terkait, maupun pemerintah ([www.liputan6.com](http://www.liputan6.com)).

Adanya dampak pada lingkungan tersebut mempengaruhi 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. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial atau yang dikenal *Corporate Social Responsibility* (CSR). Masyarakat menginginkan kerusakan terhadap lingkungan tersebut dikendalikan sehingga dampak sosial yang ditimbulkan dapat dihindari atau diminimalkan. Adanya persoalan tersebut, perusahaan harus segera menindaklanjuti masalah yang ada. Salah satu bentuk pertanggung jawaban sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan adalah melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Tanggung jawab sosial perusahaan yang dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* atau disingkat CSR merupakan tanggung jawab perusahaan yang diberikan kepada sosial dan lingkungan yang berada di daerah perusahaan tersebut ataupun di daerah lain yang ada di suatu negara. Perusahaan yang baik

diharapkan tidak hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*), namun perusahaan harus memperhatikan masalah sosial (*people*) dan lingkungan (*planet*) yang biasa disebut *triple bottom lines* .

Pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan konsep yang penting untuk dilaksanakan perusahaan dengan maksud untuk menciptakan hubungan timbal balik yang sinergis antara perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan. Tujuan pengungkapan sosial, lingkungan dan bidang ekonomi yang terdapat di laporan tahunan perusahaan adalah sebagai rasa tanggung jawab perusahaan untuk investor atau *stakeholder*. Bukan hanya itu saja, dengan melakukan pengungkapan sosial pada investor atau *stakeholders* diharapkan akan terjalin hubungan baik atau komunikasi yang baik antara perusahaan dengan investor. Dengan melakukan pengungkapan CSR, perusahaan akan dapat menumbuhkan kepercayaan kepada masyarakat, sehingga dengan respon yang positif itu maka perusahaan dapat meningkatkan kekuatan keuangannya untuk jangka panjang.

Penelitian yang berkaitan dengan pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* masih banyak yang menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Dari penelitian yang dilakukan sebelumnya, menunjukkan hasil yang belum konsisten karena beberapa masih menyimpulkan adanya pengaruh dan tidak berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*. Dalam penelitian ini terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

diantaranya adalah profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, dan kinerja lingkungan.

Faktor pertama yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yaitu profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Jika profitabilitas perusahaan semakin tinggi maka semakin tinggi pula tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Keterkaitan profitabilitas dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan dapat dilihat dari hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan terjadinya ketidakkonsistenan. Penelitian yang dilakukan oleh Barnas dkk.(2016), menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Oktalia (2014), yang menemukan bahwa profitabilitas dengan positif tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Mudjiyanti dan Maulani (2017), yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Faktor kedua yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dilihat dari total aktiva yang dimiliki perusahaan, Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin luas pengungkapan informasi yang akan disajikan karena

masyarakat akan mengawasi terkait hal yang dilakukan perusahaan dalam aktivitas perusahaan. Terkait ukuran perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, hasil penelitian yang dilakukan oleh Yanti dan Budiasih (2016) , serta Barnas dkk (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan dengan arah positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Faktor ketiga yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yaitu *leverage*. *Leverage* merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. Penelitian terkait dengan pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan masih terjadi perbedaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Purba dan Yadnya (2015) mengatakan bahwa *leverage* perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*. Namun hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Robiah dan Erawati (2017), serta Pradnyani dan Sisdayani (2015) yang tidak menemukan hubungan antara *leverage* dengan *Corporate social responsibility*.

Faktor keempat yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yaitu kinerja lingkungan. Kinerja lingkungan merupakan langkah penting perusahaan dalam meraih kesuksesan, kinerja perusahaan yang peduli dan



ikut andil terhadap lingkungan sekitarnya dalam menciptakan lingkungan yang baik. Perusahaan yang peduli dengan kinerja lingkungannya berarti telah menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan sebagaimana mestinya terbukti dengan kepedulian lingkungan dan sosial yang tinggi. Terkait hubungan antara kinerja lingkungan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, telah diteliti oleh Agustami dan Hidayat (2015) yang mengatakan bahwa adanya hubungan positif yang signifikan antara Kinerja Lingkungan terhadap *Corporate social responsibility*. Sedangkan penelitian yang dilakukan Isharijadi, dkk(2017), menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility*.

Berdasarkan hasil penelitian yang berbeda-beda tersebut maka peneliti tertarik meneliti kembali mengenai faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Barnas (2016) tentang Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada periode penelitian. Penelitian sebelumnya menggunakan periode penelitian tahun 2011-2014, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan periode tahun 2014-2017. Perbedaan kedua dalam penelitian ini adalah terletak pada penggunaan variabel independen. Variabel independen pada penelitian sebelumnya yaitu profitabilitas dan

ukuran perusahaan, sedangkan dalam penelitian ini, peneliti menambahkan dua variabel independen yaitu *leverage* dan kinerja lingkungan.

Alasan ditambahkannya *leverage* dan kinerja lingkungan, ada kaitannya dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. *Leverage* yang tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi sosial. Kinerja lingkungan dalam perusahaan sangat dipengaruhi oleh sejauh mana dorongan perusahaan terhadap pengelolaan lingkungan sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan dan kepedulian terhadap lingkungan perusahaan. Maka dari itu, dalam penelitian ini menambahkan dua variabel yaitu *leverage* dan kinerja lingkungan untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya faktor tersebut berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut, maka penulis ingin mengetahui sejauh mana pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, kinerja lingkungan, mempengaruhi terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Maka berdasarkan latar belakang dan pemaparan diatas, judul dari penelitian ini yaitu, **“PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, KINERJA LINGKUNGAN, TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017)”**.

## 1.2. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah :

- a) Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sedangkan variabel independen dalam penelitian ini diantaranya adalah profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage*, dan kinerja lingkungan.
- b) Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
- c) Periode dalam penelitian ini dibatasi pada periode 2014-2017.

## 1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh positif atau negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif atau negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017?
3. Apakah *Leverage* berpengaruh positif atau negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017?

4. Apakah kinerja lingkungan berpengaruh positif atau negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017.
2. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017.
3. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017.
4. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh kinerja lingkungan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017.

## 1.5. Kegunaan Penelitian

Dari penelitian ini penulis mengharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti, instansi, akademis dan peneliti selanjutnya. Manfaat penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

### 1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat memberikan pengetahuan mengenai pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage* dan kinerja lingkungan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta mampu dijadikan untuk referensi penelitian yang akan datang .

### 2. Kegunaan Praktis

#### a) Bagi pihak perusahaan

Hasil penelitian diharapkan mampu dijadikan sebagai referensi perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) dalam laporan tahunan perusahaan.

#### b) Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman investor tentang tanggung jawab sosial perusahaan sebagai bahan untuk membuat keputusan investasi.