

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) merupakan sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian kegiatan sosial dalam kegiatan bisnis mereka dan interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan selain itu harus menjalin hubungan baik kepada pihak eksternal seperti masyarakat di sekitar perusahaan. Keberadaan perusahaan dalam masyarakat dapat memberikan aspek positif maupun aspek negatif, dalam hal ini terdapat kasus yang disebabkan oleh aktivitas perusahaan kasus PT Ultrajaya Tbk yang di protes ratusan warga desa Gadobangkong Kecamatan Ngamprah Kabupaten Bandung Barat pada tahun 2017, masyarakat desa tersebut protes karena limbah susu dari pabrik lingkungan tersebut mengeluarkan bau busuk yang sangat menyengat. Warga menuntut pabrik susu itu bertanggung jawab atas polusi udara yang sangat mengganggu kehidupan warga. Selain itu, dampak lingkungan dan ketersediaan air bawah tanah pun menjadi berkurang dan kualitasnya menjadi buruk. Kemudian PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk yang sempat tersangkut kasus sengketa informasi gara-gara sumbangan dan CSR. Mustholih siradjh yang sempat mempersoalkan hal tersebut, yang awalnya menanyakan transparansi kemana dan siapa yang mengelola dana sumbangan yang diberikan oleh konsumen alfamart. Pada 2016 lalu, majelis menjelaskan bahwa yang dilakukan oleh Alfamart selama ini dengan mempublikasikan kegiatan melalui

pemberitaan media massa cetak dan online belum sesuai dengan tujuan UU KIP. Selain itu, majelis juga menyebutkan bahwa Alfamart telah menggabungkan penggunaan dana donasi dengan CSR laporan tahunan annual report 2015 perusahaan tersebut. Seharusnya dalam laporan tahunan 2015 bukan laporan donasi yang dikelola melainkan hasil keuntungan yang disisihkan perusahaan untuk kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan sebagaimana diatur dalam pasal 74 UU PT jo. Pasal 4 PP No.47 Tahun 2012 (cnnindonesia.com).

Tujuan setiap perusahaan yaitu meningkatkan laba operasionalnya. Namun pada saat ini perusahaan bukan hanya diminta untuk memaksimalkan laba, melainkan juga dapat mempertanggungjawabkan kegiatan operasionalnya. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*) melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*) (www.globalreporting.org).

Saat ini pengambilan keputusan ekonomi yang hanya melihat kinerja keuangan suatu perusahaan sudah tidak relevan lagi. Investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan. Untuk itu dibutuhkan suatu sarana yang dapat memberikan informasi mengenai aspek sosial, lingkungan dan keuangan secara sekaligus. Sarana tersebut dikenal dengan nama laporan berkelanjutan (*sustainability reporting*) (Aliansyah, 2016).

Peraturan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia secara *mandatory disclosure* diatur dalam peraturan perundang-undangan yang digunakan untuk perusahaan perseroan terbatas (PT) diatur dalam undang-

undang No. 40 pasal 74 tahun 2007. Kewajiban dalam pengungkapan *corporate social responsibility* ini terdapat peraturan resmi dari pemerintah yaitu peraturan pemerintah nomor 47 tahun 2012 yang diterbitkan pada bulan april 2012. Pada pasal 3 ayat (1) menyatakan *corporate social responsibility* mejadi kewajiban bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam. Pada ayat (2) dijelaskan bahwa kewajiban *corporate social responsibility* dilakukan baik didalam maupun diluar lingkungan perusahaan. Kegiatan dalam sosial lingkungan tanggungjawab sosial dan lingkungan tersebut harus dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang dilaksanakan untuk memperhatikan kepatuhan dan kemajuan perusahaan.

Menurut Kristi (2013), meskipun sudah ada peraturan-peraturan yang mengatur pelaksanaan dan pelaporan CSR, namun peraturan-peraturan tersebut tidak memberikan pedoman khusus mengenai bagaimana dan informasi apa saja yang harus dilaporkan oleh perusahaan mengenai pelaksanaan CSR, sehingga pengungkapan yang memadai terkait dengan kegiatan CSR masih dirasa kurang. Selama ini pengungkapan mengenai CSR hanya berlatar kebutuhan perusahaan untuk membentuk *image* bahwa dalam pandangan *stakeholder* perusahaan memiliki kepedulian terhadap lingkungan sosial dan lingkungan hidup.

Menurut Handoyo & Jakasurya (2017) pengungkapan informasi sosial perusahaan dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholdernya*. Maka dari itu, semakin kuat *stakeholder*, maka perusahaan harus semakin beradaptasi dengan *stakeholder*. Semakin baik pengungkapan CSR

perusahaan maka *stakeholder* juga akan semakin memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan mencapai laba.

Menurut Nasir (2013), CSR sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang di refleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Disini *bottom lines* lainnya selain *financial* juga ada sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Di Indonesia wacana mengenai CSR mulai mengemuka pada tahun 2001, namun sebelum wacana ini mengemuka telah banyak perusahaan yang menjalankan CSR dan sangat sedikit yang mengungkapkannya dalam sebuah laporan. Hal ini terjadi mungkin karena kita belum mempunyai sarana pendukung seperti : standar pelaporan, tenaga terampil (baik penyusun laporan maupun auditornya). Di samping itu sektor pasar modal Indonesia juga kurang mendukung dengan belum adanya penerapan indeks yang memasukkan kategori saham-saham perusahaan yang telah mempraktikkan CSR.

Berdasarkan pernyataan tersebut ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR, diantaranya adalah ukuran perusahaan; *leverage*; profitabilitas yang dapat diukur dengan *Net Profit Margin (NPM)*, *Gross Profit Margin (GPM)*, *Return on Investment (ROI)*, *Return on Equity (ROE)*; kepemilikan saham asing; umur perusahaan; ukuran dewan komisaris; etnisitas; kinerja lingkungan; *solvabilitas*;

porsi kepemilikan saham publik; kepemilikan manajemen; kepemilikan saham pemerintah; dan media *exposure*. Namun yang akan diteliti oleh penulis adalah *leverage*, profitabilitas (*profitability*), kepemilikan saham asing (*foreign ownership*), etnisitas, kinerja lingkungan dan kepemilikan manajemen.

Pemilihan sampel Perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI ini karena perusahaan pada sektor *Food and Beverages* adalah perusahaan yang dalam proses produksinya selalu membutuhkan bahan produksi yang berasal dari alam. Dapat dikatakan bahwa perusahaan pada sektor *Food and Beverages* ini adalah perusahaan yang bertanggung jawab pada kelestarian sumber daya alam yang tersedia di bumi. Selain itu, perusahaan makanan dan minuman sangat sensitif terhadap isu kerusakan lingkungan. Untuk itu jenis industri ini berusaha membuat komitmen untuk ikut berupaya melestarikan lingkungan terutama di lingkungan sekitar perusahaan beroperasi. Maka dari itu perusahaan ini sangat penting untuk melakukan tanggung jawab sosialnya. Selain itu, pemilihan perusahaan makanan dan minuman dalam penelitian ini mempunyai alasan lain yaitu karena industri tersebut cenderung membutuhkan modal yang besar, guna pengembangan produk dan *ekspansi* pangsa pasarnya. Tingkat konsumsi masyarakat terhadap barang yang dihasilkan dalam industri tersebut sudah menjadi kebutuhan relatif dan tidak berubah baik kondisi perekonomian membaik maupun memburuk, berbeda halnya dengan industri lainnya yang sangat dipengaruhi oleh krisis perekonomian.

Faktor pertama yang mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan yaitu *leverage*. Semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami

pelanggaran terhadap kontrak hutang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi. Fahmi (2011) menjelaskan bahwa *leverage* sering diartikan sebagai pendongkrak kinerja perusahaan dan identik dengan hutang. *Leverage* sendiri merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi finansialnya. Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) terdapat ketidakkonsistenan. Penelitian yang dilakukan oleh Handoyo dan Jakasurya (2017) yang menyimpulkan bahwa *leverage* yang diproyeksikan dengan DAR (*Debt to Assets Ratio*) memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) hal ini berarti semakin tinggi pemberian dana oleh kreditur terhadap perusahaan, maka akan semakin tinggi pula pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Krisna (2016) menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR sejalan dengan yang disimpulkan Setianingsih dan Setyadi (2014) bahwa *leverage* tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Oleh Andriana (2014) dan Robiah & Erawati (2017) juga menyimpulkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR yang juga sejalan oleh apa yang disimpulkan Krisna (2016) dan Setianingsih & Setyadi (2014).

Faktor kedua yang mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan yaitu profitabilitas. *Profitability* atau profitabilitas dapat dilihat dari rasio *Net Profit*

Margin (NPM). NPM dapat menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih (Rani 2014). NPM merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. NPM digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih. Semakin besar NPM berarti semakin efisien perusahaan tersebut dalam mengeluarkan biaya-biaya sehubungan dengan kegiatan operasinya. Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) terdapat ketidakkonsistenan. Penelitian yang dilakukan oleh Handoyo & Jakasurya (2017) menyimpulkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR). Dengan demikian, berarti perusahaan yang memperoleh laba tinggi akan cenderung melaporkan tanggung jawab sosial lebih tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andriana (2014) bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan penelitian oleh Agustami & Hidayat (2015) juga sejalan yang menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, yang artinya bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas yang diterima oleh perusahaan maka semakin tinggi pula pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diungkapkan. Sedangkan, penelitian menurut Krisna (2016) menyimpulkan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR sejalan dengan penelitian yang dilakukan Setianingsih & Setyadi (2014) bahwa profitabilitas tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Faktor ketiga yang mempengaruhi tanggungjawab sosial perusahaan yaitu Kepemilikan saham asing. Kepemilikan saham asing (*Foreign Ownership*) merupakan presentase kepemilikan saham perusahaan oleh investor asing. Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh *foreign ownership* terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) tidak memiliki pengaruh pada penelitian yang dilakukan oleh Handoyo & Jakasurya (2017). Padahal, menurut persepsi banyak orang mengatakan bahwa pihak asing adalah pihak yang paling peduli terhadap permasalahan lingkungan.

Faktor keempat yang mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan yaitu Etnisitas. Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh etnisitas terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial (CSR) tidak berpengaruh pada penelitian yang dilakukan oleh Nussy (2013) konsisten dengan hasil riset Haniffa & Cooke (2005).

Faktor kelima yang mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan yaitu kinerja lingkungan. Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Agustami & Hidayat (2015) menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial (CSR) yang artinya semakin baik kinerja lingkungan maka semakin baik pula pengungkapan tanggung jawab sosialnya.

Faktor keenam yang mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan yaitu kepemilikan manajerial. Kepemilikan manajerial adalah sebagai presentase saham yang dimiliki oleh manajer dan direktur perusahaan pada akhir tahun untuk masing-masing periode pengamatan. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Robiah & Erawati (2017) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap

pengungkapan informasi tanggung jawab sosial (CSR) sejalan dengan yang dilakukan oleh Krisna (2016) bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial (CSR).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu perbedaan pertama mengenai Penelitian yang dilakukan oleh Handoyo & Jakasurya (2017) dilakukan pada perusahaan dari sektor pertambangan yang terdaftar di BEI sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di BEI.

Perbedaan kedua penelitian yang dilakukan oleh Handoyo & Jakasurya (2017) menggunakan tiga variabel independen yaitu *leverage*, *profitability* dan *foreign ownership*, sedangkan penelitian ini menambahkan tiga variabel independen yaitu pertama etnisitas karena variabel ini dapat meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial melalui dewan direksi yang etnis (Nussy, 2013), kedua kinerja lingkungan karena untuk saat ini perusahaan tidak hanya diminta untuk memaksimalkan laba saja melainkan kelestarian lingkungan, dalam konteks kelestarian lingkungan seharusnya selaras dengan bagaimana kinerja lingkungan oleh sebab itu pengambilan variabel ini sangat penting karena *corporate social responsibility* berhubungan dengan lingkungan serta semakin baik kinerja lingkungan yang dilakukan perusahaan maka semakin tinggi juga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang diungkapkan (Agustami & Hidayat, 2015), dan ketiga kepemilikan manajemen dengan adanya variabel ini manajer akan menyejajarkan kepentingan dengan pemegang saham karena dampak yang timbul dari pengambilan

keputusan akan langsung dirasakan (Nussy, 2013) selain itu perusahaan yang kepemilikan manajemennya tinggi cenderung melakukan pengungkapan sosial perusahaan yang lebih luas (Robiah & Erawati, 2017). Alasan penambahan tiga variabel tersebut karena dengan adanya penambahan beberapa variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan, beberapa faktornya adalah etnisitas, kinerja lingkungan dan kepemilikan manajemen. Di karenakan seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa dengan adanya penambahan etnisitas yang terdapat pada penelitian Nussy (2012), kinerja lingkungan yang terdapat pada penelitian Agustami & Hidayat (2015), dan kepemilikan manajemen yang terdapat pada penelitian Nussy (2013) dan Robiah & Erawati (2017), maka penulis ingin mengembangkannya pada penelitian ini supaya penelitian tentang tanggung jawab sosial lebih berkembang dalam memberikan gambaran hasil penelitian yang berbeda serta hasilnya dapat lebih maksimal dan akurat lagi.

Perbedaan yang ketiga pada penelitian Handoyo & Jakasurya (2017) melakukan penelitian pada tahun 2013-2014, sedangkan penelitian ini melakukan penelitian pada tahun 2014-2017.

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini mengambil judul “ANALISIS PENGARUH *LEVERAGE*, *PROFITABILITY*, *FOREIGN OWNERSHIP*, ETNISITAS, KINERJA LINGKUNGAN, DAN KEPEMILIKAN MANAJEMEN TERHADAP PENGUNGKAPAN INFORMASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (Studi Pada Perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI tahun 2014-2017)”.

1.2 Ruang Lingkup

Penelitian ini membatasi ruang lingkup penelitian yang akan dilaksanakan agar penelitian lebih terfokus pokok permasalahan yang ada dan sesuai sasaran yang tepat, ruang lingkup penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini hanya meneliti perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI pada tahun 2014-2017.
2. Variabel Independen yang digunakan adalah *leverage*, *profitability*, *foreign ownership*, etnisitas, kinerja lingkungan dan kepemilikan manajemen sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah diuraikan maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut

1. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan ?
2. Apakah *profitability* berpengaruh terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan ?
3. Apakah *foreign ownership* berpengaruh terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan ?
4. Apakah etnisitas berpengaruh terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan ?

5. Apakah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan ?
6. Apakah kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Untuk menguji pengaruh *profitability* terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Untuk menguji pengaruh *foreign ownership* terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan.
4. Untuk menguji pengaruh etnisitas terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan.
5. Untuk menguji pengaruh kinerja lingkungan terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan.
6. Untuk menguji pengaruh kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan referensi untuk berbagai pihak, kegunaan penelitian ini adalah :

1. Untuk Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dibidang akuntansi yang berkaitan dengan faktor apa saja yang mempengaruhi pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk memberikan gambaran kepada perusahaan bahwa tanggung jawab sosial merupakan sesuatu yang baik bagi perusahaan. Yang dapat digunakan sebagai referensi pengambilan keputusan oleh perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan menerbitkan laporan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan.

3. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang laporan keuangan dan laporan tanggung jawab sosial kepada calon pemodal untuk dapat dijadikan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan investasi.

Penelitian ini juga diharapkan akan dapat memberikan wacana baru kepada investor dalam hal pengambilan keputusan investasi untuk mempertimbangkan tanggung jawab sosial, tidak hanya indikator keuangan saja.

4. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh, disamping sebagai sarana menambah wawasan tentang laporan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, selain itu, sebagai pengontrol atas perilaku perusahaan.

5. Bagi Pemerintah

Penelitian ini dapat memberikan pandangan untuk membuat kebijakan mengenai kewajiban tanggung jawab sosial perusahaan untuk kepentingan bersama.

6. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan atau sumber referensi pihak lain guna menambah sumbangan pemikiran dan pengetahuan yang dapat digunakan sebagai bahan penelitian selanjutnya.

