

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Corporate social responsibility atau sering disebut dengan tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu bentuk komitmen berkelanjutan dari suatu perusahaan untuk bertanggung jawab baik secara ekonomi, legal, etis dan sukarelawan terhadap dampak-dampak yang ditimbulkan dari kegiatan ekonominya terhadap masyarakat dan lingkungan serta proaktif melakukan upaya-upaya berkelanjutan untuk mencegah potensi-potensi dari dampak negatif maupun resiko kegiatan ekonomi korporasi terhadap masyarakat dan lingkungan serta meningkatkan kualitas sosial dan lingkungan yang menjadi *stakeholders* perusahaan (Lako, 2010:108).

Menurut Abidin dan Lestari (2019) terdapat tiga tanggung jawab yang harus dipenuhi oleh perusahaan secara beriringan dan seimbang terhadap pemegang kepentingan. Tiga tanggung jawab perusahaan yang harus dipenuhi sejak suatu perusahaan didirikan ialah tanggung jawab ekonomi, tanggung jawab atas hukum serta tanggung jawab sosial. Pentingnya tanggung jawab perusahaan tidak hanya menjadi kepentingan perusahaan akan tetapi juga bagi *stakeholders*.

Pentingnya *corporate social responsibility* bagi perusahaan ialah untuk mengelola dampak baik dampak positif maupun dampak negatif yang ditimbulkan oleh aktivitas suatu perusahaan. Kemudian *corporate social responsibility* yang

dilakukan oleh perusahaan dapat meningkatkan image dan reputasi perusahaan. Image dan reputasi perusahaan yang baik akan menarik investor untuk melakukan investasi. Perkembangan dunia saat ini menjadikan kinerja *corporate social responsibility* suatu perusahaan sebagai prasyarat pengukuran untuk melakukan investasi. Kinerja *corporate social responsibility* perusahaan selain menarik investor juga dapat menarik konsumen

Corporate social responsibility juga berperan penting bagi *stakeholders*. Perusahaan tidak hanya memikirkan bagaimana mendapatkan laba atau keuntungan yang setinggi-tingginya akan tetapi juga menjalin hubungan yang harmonis kepada *stakeholders*. Masyarakat saat ini memiliki kebutuhan dan harapan yang tinggi terhadap perusahaan. Kebutuhan dan harapan masyarakat saat ini tentunya telah berubah dipermudah dengan adanya media. Melalui media masyarakat dapat berkomunikasi dan menyampaikan kritik tentang suatu perusahaan. Kritik yang sering terjadi yaitu eksploitasi terhadap sumber daya baik sumber daya alam maupun manusia serta penyelewengan tujuan dari *corporate social responsibility*.

Tertuang dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang berisi bahwa “Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”. Selain itu, Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas yang berisi bahwa “Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan oleh Direksi berdasarkan

rencana kerja tahunan perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris atau RUPS sesuai dengan anggaran dasar Perseroan, kecuali ditentukan lain dalam peraturan perundang-undangan” (www.hukumonline.com).

Implementasi pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan di Indonesia masih rendah walaupun sudah ada peraturan mengenai kewajiban perusahaan melaksanakan *corporate social responsibility*. Dilansir dari liputan6.com tahun 2021 Ketua Badan Kehormatan Dewan (BKD) DPR Aceh, Bapak Sulaiman mengatakan bahwa anak perusahaan Semen Indonesia dari PT Solusi Bangun Indonesia yaitu PT Solusi Bangun Andalas (SBA) realisasi anggaran yang mencapai Rp 30 miliar untuk program *corporate social responsibility* tidak berbanding lurus dengan kenyataan di lapangan. Realisasi anggaran *corporate social responsibility* dinilai tertutup baik pada otoritas pemerintah Kecamatan Lhoknga dan otoritas pemerintah Kecamatan Leupung. Bapak Sulaiman juga menuturkan terkait pembangunan infrastruktur masyarakat yaitu prasarana akses air bersih, pembangunan tambak garam maupun pengadaan kilang padi, semuanya mangkrak (www.liputan6.com).

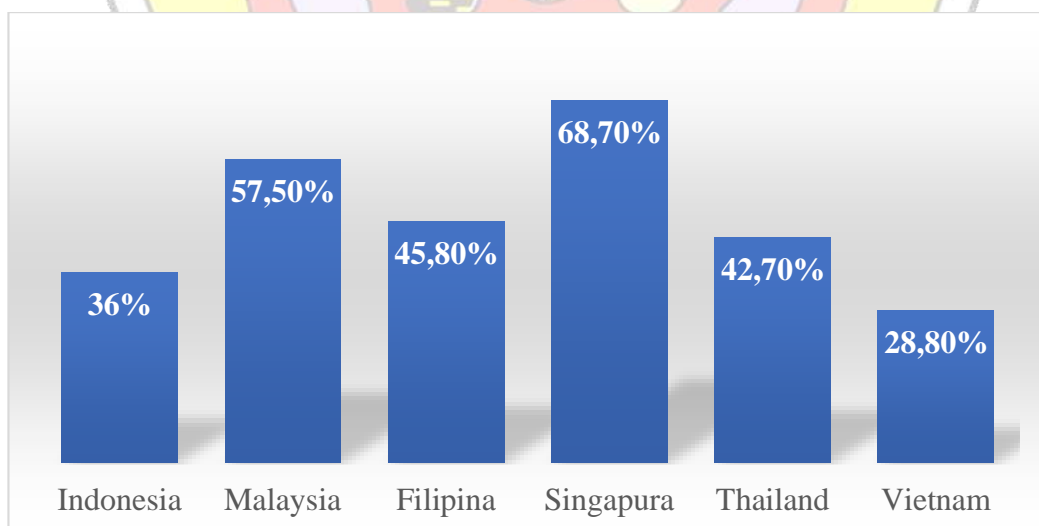
Kasus ketidaksuaian implementasi pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia yaitu pada perusahaan manufaktur yang bergerak di sektor pabrik tembakau atau industri rokok, ada begitu banyak tanggung jawab sosial yang diabaikan. Tanggung jawab yang diabaikan ialah dampak buruk dari rokok pada kesehatan manusia, baik perokok maupun orang-orang disekitarnya. Kemudian industri rokok juga menutup mata terhadap perokok yang dibawah umur. Selain itu, perokok di Indonesia banyak yang mengabaikan tata krama merokok.

Perokok dapat merokok di sembarang tempat dan membuang puntung rokok sembarangan sehingga mengotori lingkungan. Perusahaan yang bergerak di industri rokok tidak peduli terhadap dampak sebagai akibat dari produk bisnisnya. Perusahaan yang bergerak di industri rokok lebih fokus pada kegiatan pemberian beasiswa dan klub olahraga sehingga mengabaikan tanggung jawab yang lebih fundamental (www.news.detik.com).

Kesadaran dan sifat sukarela sepatutnya dilaksanakan perusahaan dalam menjalankan *corporate social responsibility* terlepas dari kewajiban mengikuti peraturan, menutupi kesalahan-kesalahan yang diperbuat perusahaan akibat dari operasional perusahaan yang berlebihan dan tuntutan dan dorongan dari faktor internal maupun eksternal berupa masyarakat agar perusahaan perhatian dan bersikap tanggung jawab ditengah minimnya kepedulian terhadap lingkungan.

Gambar 1. 1

Laporan Sustainability Negara ASEAN Tahun 2020



Sumber : *Asean CSR Network Reporting 2020*

Berdasarkan data dari gambar 1.1 dapat dilihat bahwa implementasi pengungkapan *corporate social responsibility* memposisikan Indonesia 5 dari negara ASEAN. Indonesia menduduki posisi kelima dengan nilai 36%. Posisi pertama diduduki oleh Singapura dengan nilai 68,7%, posisi kedua yaitu Malaysia dengan tingkat nilai 57,5%, posisi ketiga yaitu Filipina dengan nilai 45,8%, posisi keempat yaitu Thailand dengan tingkat nilai 42,7%, dan posisi terakhir atau keenam yaitu Vietnam 28,8% dengan tingkat pelaporan terendah dibanding negara lain. (www.asean-csr-network.org).

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam pengungkapan *corporate social responsibility*. Salah satu faktor yang menjadi pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* ialah ukuran perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang besar akan melakukan pengungkapan yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan yang kecil. Pengungkapan yang lebih luas yang dilakukan perusahaan untuk mengurangi biaya keagenan dan biaya politis perusahaan. Pengungkapan *corporate social responsibility* suatu perusahaan akan memberikan manfaat baik secara sosial maupun secara ekonomi.

Penelitian yang dilakukan oleh Abidin dan Lestari (2019) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Limbong (2019), Dewi dan Muslih (2018), Wahyuningsih dan Mahdar (2018), Sumilat dan Destriana (2017) serta Yanti dan Budiasih (2016), yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh

Kastamutuwardhani dan Khairunnisa (2019), Zulhaimi dan Nuraprianti (2019), serta Pradyani dan Sisdyani (2015) mengatakan jika ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Selain ukuran perusahaan, faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi perusahaan untuk melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* ialah ukuran komite audit. Ukuran komite audit merupakan jumlah seluruh anggota komite audit dalam suatu perusahaan (Abidin dan Lestari, 2019). Komite audit bertugas membantu dewan komisaris untuk melakukan pengawasan (*controlling*) kinerja suatu perusahaan termasuk kinerja sosial. Banyaknya jumlah komite audit di dalam suatu perusahaan maka fungsi pengawasan perusahaan lebih baik sehingga kegiatan sosial dan pengungkapan *corporate social responsibility* dapat berjalan dengan lancar dan baik.

Penelitian dari Abidin dan Lestari (2019) mengatakan bahwa ukuran komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian yang dilakukan Abidin dan Lestari (2019) didukung oleh penelitian Rivandi dan Putra (2019) serta Restu (2017) yang sependapat bahwa ukuran komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Ismainingtyas dan Suryono (2019), Sumillat dan Destriana (2017), serta Nugroho dan Yulianto (2015) mempunyai pendapat yang berbeda, penelitiannya mengatakan bahwa ukuran komite audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu menggambarkan hasil yang bermacam dalam faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate sosial responsibility*. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang telah dilakukan oleh Abidin dan Lestari (2019) yang menggunakan variabel ukuran perusahaan dan ukuran komite audit terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Penambahan variabel *leverage* pada penelitian ini menjadikan perbedaan dari penelitian sebelumnya. Alasan mengapa menambahkan variabel *leverage* dalam penelitian ini dikarenakan *leverage* merupakan pengukur besarnya aset yang dibiayai dengan hutang. Hutang atau kewajiban yang digunakan untuk membiayai aktiva yang berasal dari kreditor (Yanti dan Budiasih, 2016). Perusahaan yang memiliki risiko akibat tingkat *leverage* akan menyajikan informasi yang lebih luas untuk mengurangi keraguan para pemegang obligasi. Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan dari pada perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang lebih rendah.

Penelitian yang dilakukan oleh Kastamutuwardhani dan Khairunnisa (2019) mengungkapkan variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian ini didukung oleh Limbong (2019), Putri (2019), serta Sumillat dan Destriana (2017). Penelitian yang dilakukan oleh Putri (2017) dan Rofiqkoh dan Priyadi (2016) menyatakan *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Perbedaan selanjutnya terletak pada objek penelitian. Objek penelitian yang dilakukan Abidin dan Lestari (2019) hanya pada perusahaan pertambangan, akan

tetapi pada penelitian ini diganti menjadi seluruh perusahaan manufaktur yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia dikarenakan perusahaan manufaktur mempunyai skala besar dan memiliki berbagai sub sektor industri dibandingkan dengan perusahaan lain sehingga dapat melakukan perbandingan antara perusahaan satu dengan perusahaan manufaktur lainnya. Perbedaan yang terakhir adalah periode penelitian. Periode penelitian Abidin dan Lestari (2019) pada periode 2014-2018 sedangkan penelitian ini diganti menjadi periode 2016-2020.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Komite Audit dan *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020)”**.

1.2 Ruang lingkup

Banyaknya pembahasan berkaitan dengan judul penelitian mengenai pengungkapan *corporate social responsibility* maka untuk menghindari kesalahan dalam melakukan penelitian ini diperlukan ruang lingkup sebagai pembatas, oleh karena itu ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, ukuran komite audit dan *leverage*. Variabel dependen yang ada dalam penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility*.
2. Obyek penelitian yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3. Periode penelitian ini memiliki kurun waktu lima tahun yaitu tahun 2016-2020.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi suatu perusahaan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*. Tingkat implementasi perusahaan di Indonesia dalam melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* masih terbilang rendah meskipun perusahaan menyadari akan pentingnya melakukan *corporate social responsibility*. *Corporate social responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan sosial sebagai bentuk investasi berkelanjutan perusahaan dalam waktu jangka panjang.

Pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur mempunyai berbagai faktor penyebab. Hal ini menjadikan dasar peneliti untuk mengkaji faktor-faktor yang dapat meningkatkan pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan manufaktur. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah ukuran perusahaan, ukuran komite audit dan *leverage* berpengaruh pada pengungkapan *corporate social responsibility*.

1.4 Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, ukuran komite audit dan *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Teori agensi merupakan teori yang menjelaskan tentang

kontrak atau perjanjian antara pihak prinsipal (pemilik perusahaan) dengan pihak agen (manajemen perusahaan) untuk mengelola perusahaan sehingga dapat memenuhi keinginan pihak prinsipal memperoleh laba atau keuntungan yang sebesar-besarnya. Teori sinyal merupakan teori yang menjelaskan tentang pemberian sinyal yang diberikan pemberi sinyal atau pemberi informasi kepada penerima sinyal yang nantinya sinyal akan memberikan sinyal yang positif atau negatif untuk pengambilan keputusan. Teori agensi dan teori sinyal bertujuan untuk membuktikan pengaruh ukuran perusahaan, ukuran komite audit dan *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

1.5 Kegunaan penelitian

Secara garis besar, penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini mampu memberikan informasi mengenai variabel apa saja yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*. penelitian ini memberikan manfaat dalam perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang akuntansi.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, harapan dari hasil penelitian ini dapat menjadi petunjuk atau masukan bagi pihak-pihak yang menggunakan informasi dalam penelitian ini.

Seperti halnya:

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan bagi perusahaan-perusahaan dalam melakukan pengambilan keputusan yang berhubungan dengan tanggung jawab perusahaan mengenai permasalahan pengelolaan lingkungan sosial. Masalah pengelolaan lingkungan telah menjadi salah satu isu penting dalam keunggulan bersaing perusahaan, terutama perusahaan yang mempunyai orientasi ekspor.

b. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pelaporan dari laporan keuangan tahunan yang dapat membantu dalam pembuatan dan pengambilan keputusan untuk berinvestasi.

c. Bagi Peneliti Berikutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan peneliti selanjutnya mampu menjadi tambahan referensi mengenai ukuran perusahaan, ukuran Komite Audit dan *leverage* serta pengungkapan *corporate social responsibility*.