

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Tujuan dari suatu perusahaan dilihat dari aspek ekonomi adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan (Salvatore, 2005). Nilai perusahaan akan tumbuh secara berkelanjutan apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan secara bersamaan karena keberlanjutan merupakan bentuk keseimbangan antara kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Perusahaan, lingkungan serta masyarakat merupakan suatu bentuk kerja sama yang saling memberi dan membutuhkan. Perusahaan membutuhkan apresiasi dan interaksi dari lingkungan dalam hal penyediaan bahan baku, tenaga kerja serta kebijakan pemerintah. Sedangkan sebagai timbal balik dari dukungan masyarakat, perusahaan memberikan gaji kepada tenaga kerja, sumbangan dana pendidikan untuk masyarakat luas, dana konservasi lingkungan, dan bantuan perusahaan di bidang lainnya.

Kerja sama yang terjalin antara perusahaan, lingkungan dan masyarakat akan memberikan manfaat serta dampak terhadap ekonomi, lingkungan serta sosial. Eksistensi perusahaan di tengah lingkungan dan masyarakat memberikan dampak pada perekonomian, yaitu perusahaan memberi manfaat peningkatan ekonomi, sosial dan lingkungan dalam bentuk peningkatan kesejahteraan, infrastruktur, tata sosial, ilmu pengetahuan dan teknologi. Tetapi keberadaan perusahaan ternyata juga menimbulkan dampak negatif, yaitu adalah

No. Daftar FPEB : 201/UN40.7.D1/LT/2014

memunculkan ketimpangan sosial, diskriminasi, relokasi masyarakat kecil akibat lahan yang digunakan untuk kawasan industri, sebagian masyarakat kehilangan tempat kerja akibat relokasi, polusi, pencemaran lingkungan, global warming dan sejenisnya. Selain dampak pada perekonomian, perusahaan juga memberikan berbagai persoalan di lingkungan, seperti pencemaran, polusi udara, radiasi, eksploitasi sumber daya alam yang tidak seimbang, ancaman kehabisan sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui, pemanasan global akibat berkurangnya penghijauan, pergeseran ekosistem dan iklim, terancamnya habitat karena penggunaan lahan dan sejenisnya. Sedangkan dampak sosial di tengah lingkungan dan masyarakat adalah munculnya pelanggaran hak asasi manusia, tanggung jawab pada produk dan hubungan manusia.

Berbagai dampak serta manfaat yang ditimbulkan dari pergerakan industri mendorong perusahaan untuk melakukan kewajiban tanggung jawab dari setiap aktivitas yang dilakukan. Menurut Wartick dan Cohran (Nor Hadi, 2011:20) menyatakan ‘perusahaan memiliki kewajiban mengupayakan kebijakan yang seimbang dalam keputusan dan tindakan yang sesuai dengan tujuan dan kepentingan nilai masyarakat (*stakeholder*)’. Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh Wartick dan Cohran, perusahaan seharusnya juga memperhitungkan keseimbangan lingkungan dan masyarakat dalam hal ini adalah dampak sosialnya, tetapi juga tetap menjaga keseimbangan kinerja keuangan perusahaan itu sendiri.

Dalam menjaga keseimbangan lingkungan, perusahaan mengenal adanya konsep tanggung jawab sosial perusahaan atau sering disebut dengan *Corporate*

No. Daftar FPEB: 201/UN40.7.D1/LT/2014

*Social Responsibility* (CSR). Johnson and Johnson (Nor Hadi, 2011:46) mendefinisikan ‘*Corporate Sosial Responsibility (CSR) is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact on society*’. Dari definisi tersebut terlihat jelas bahwa CSR adalah bagaimana cara mengelola perusahaan baik sebagian maupun keseluruhan yang memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungan. Untuk itu, perusahaan harus mampu mengelola bisnis operasinya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Dalam Nor Hadi (2011:49) disebutkan bahwa perkembangan CSR sudah ada sejak tahun 1950-an. Hanya saja pada tahun tersebut CSR masih didominasi dengan kegiatan jangka pendek dan merupakan sikap murah hati kaum pemodal. Praktik CSR mulai berkembang pada tahun 1970. Wujud aktivitas yang dilakukan, lebih bersifat *community development*, sehingga unsur pemberdayaan masyarakat lebih dikedepankan.

Di dalam Kurnianto (2010), *Global Compact Initiative* menyebutkan pemahaman *Corporate Social Responsibility* dengan 3P, yaitu *profit*, *people* dan *planet*. Konsep ini memberikan pengertian bahwa bisnis tidak hanya sekedar memberikan keuntungan (*profit*), tetapi juga memberikan kesejahteraan bagi masyarakat (*people*) dan menjaga keberlangsung hidup lingkungannya (*planet*). Berdasarkan konsep CSR tersebut, dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan aktivitasnya, perusahaan tidak hanya mempertimbangkan faktor keuangan seperti dividen dan keuntungan, tetapi berdasarkan konsekuensi di lingkungan dan sosial yang dihadapi saat ini maupun saat yang akan datang.

No. Daftar FPEB : 201/UN40.7.D1/LT/2014

Perusahaan yang memahami dan menjalankan aktivitas CSR akan memperhatikan dampak operasional perusahaan terhadap kondisi sosial dan lingkungan, serta berupaya memberikan dampak yang positif. Dengan adanya konsep CSR, diharapkan kerusakan lingkungan, penggundulan hutan, polusi udara dan air, serta perubahan iklim dapat berkurang.

Keberadaan perusahaan di tengah-tengah masyarakat memberikan kesadaran pada masyarakat bahwa sumber daya alam itu terbatas dan pembangunan ekonomi juga harus berkelanjutan, sehingga penggunaan sumber daya alam dalam menjalankan kegiatan usahanya haruslah efisien serta memastikan sumber daya alam tersebut tidak akan habis dan dapat terus dimanfaatkan oleh generasi yang akan datang. Kesadaran *stakeholder* akan pentingnya pembangunan ekonomi berkelanjutan yang dilakukan oleh perusahaan, mendorong perusahaan untuk mengungkapkan aktivitas CSR yang dilakukannya.

Pemerintah sadar betul mengenai dampak negatif yang timbul akibat kegiatan industri yang semakin berkembang, sehingga pemerintah sepakat untuk membuat aturan main yang menjadi dasar pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu dengan diterbitkannya Undang-Undang No. 40 Pasal 74 tahun 2007. Di dalam UU No. 40 tahun 2007 disebutkan bahwa perseroan yang menjalankan usahanya di bidang sumber daya alam dan bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Undang-undang tersebut bukan hanya sekedar mewajibkan

No. Daftar FPEB : 201/UN40.7.D1/LT/2014
-----------------------------------------

perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, melainkan juga mewajibkan perusahaan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial.

Selain karena adanya peraturan yang mewajibkan perusahaan melaksanakan kegiatan CSR, perusahaan juga akan mendapatkan manfaat dengan melaksanakan kegiatan CSR. CSR memiliki manfaat meningkatkan legitimasi dan mengurangi komplain *stakeholder*. Manfaat lain yang bisa dirasakan perusahaan adalah meningkatkan *brand image* dan penjualan, memelihara kualitas kerja, memperbaiki pengambilan keputusan, menangani resiko secara lebih efisien dan menekan biaya jangka panjang.

Data perusahaan yang mengungkapkan dan tidak mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial dapat dilihat pada Tabel 1.1. Dari 45 perusahaan yang tergabung dalam kelompok LQ45, terdapat 24 perusahaan yang sudah mengungkapkan kegiatan CSR, sedangkan 11 perusahaan tidak mengungkapkan kegiatan CSR. Ada 4 perusahaan dengan jumlah besaran terbanyak yang melakukan kegiatan CSR di 5 tema, yaitu PT Astra Internasional Tbk, PT Indo Tambangraya Megah Tbk, PT Kalbe Farma Tbk, dan PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. Bidang-bidang CSR yang dilakukan keempat perusahaan tersebut adalah tema lingkungan (*environmental*), ekonomi (*economy*), tenaga kerja (*labour practice and decent work*), produk atau konsumen (*product responsibility*) dan keterlibatan masyarakat (*society*). Tema lingkungan (*environmental*) dan keterlibatan masyarakat (*society*) menjadi bidang yang paling banyak menjadi wadah dalam menyalurkan tanggung jawab sosial perusahaan.

Sedangkan di bidang energi, masih sedikit perusahaan yang melakukan tanggung

No. Daftar EPEB : 201/UN40.7.D1/LT/2014

jawab sosialnya, yaitu PT Astra Internasional Tbk, PT Bank Negara Indonesia Tbk, PT XL Axiata Tbk, PT Indo Tambangraya Megah Tbk, PT Kalbe Farma Tbk dan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk.

**Tabel 1.1**  
Data Perusahaan LQ45 periode Februari-Juli 2012  
yang Mengungkapkan dan Tidak Mengungkapkan CSR

No.	Kode Emiten	Nama Emiten	Mengungkapkan / Tidak Mengungkapkan CSR	Jumlah Tema yang Diungkapkan
1	ASII	Astra Internasional Tbk	Mengungkapkan	5
2	BBTN	Bank Tabungan Negara Tbk	Tidak mengungkapkan	0
3	BJBR	Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk	Mengungkapkan	3
4	BORN	Borneo Lumbang Energi dan Metal Tbk	Tidak mengungkapkan	0
5	BRAU	Berau Coal Energy Tbk	Mengungkapkan	2
6	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	Tidak mengungkapkan	0
7	DOID	Delta Dunia Makmur Tbk	Tidak mengungkapkan	0
8	ENRG	Energi Mega Persada Tbk	Mengungkapkan	3
9	GJTL	Gajah Tunggal Tbk	Tidak mengungkapkan	0
10	INTP	Indocement Tunggul Prakasa Tbk	Tidak mengungkapkan	0
11	ITMG	Indo Tambangraya Megah Tbk	Mengungkapkan	5
12	JSMR	Jasa Marga (Persero) Tbk	Tidak mengungkapkan	0
13	KLBF	Kalbe Farma Tbk	Mengungkapkan	5
14	LSIP	PP London Sumatera Tbk	Mengungkapkan	4
15	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk	Tidak mengungkapkan	0
16	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk	Mengungkapkan	5
17	TRAM	Trada Maritim Tbk	Tidak Mengungkapkan	0
18	UNTR	United Tractors Indonesia Tbk	Tidak mengungkapkan	0
19	UNVR	Unilever Indonesia Tbk	Tidak mengungkapkan	0

Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) (data diolah)

Dari tabel 1.1 terlihat jelas permasalahan yang timbul dalam penelitian ini yaitu masih ada sekitar 11 dari 45 perusahaan yang belum melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan. Hal tersebut tidak sesuai dengan aturan pemerintah yaitu UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan. Pengungkapan tersebut diperlukan agar masyarakat

No. Daftar EPBB 201/UN40.7.D1/LT/2014

mengetahui seberapa jauh perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya.

Ketika perusahaan tidak melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya, dapat mengakibatkan hal-hal yang tidak diinginkan dalam kegiatan usahanya. Dampak tidak melakukan pengungkapan adalah munculnya boikot konsumen, serangan terhadap aset tetap seperti bangunan dan lahan perkebunan, kegagalan untuk menarik karyawan yang berkualitas dan kehilangan dukungan dari karyawan, serta kesulitan dengan siklus hidup perusahaan (pemasok dan konsumen akhir). Jika hubungan antara perusahaan dengan masyarakat tidak berjalan baik, dapat dipastikan akan ada masalah yang menghambat jalannya operasi perusahaan. Dalam persaingan pasar yang kompetitif, tanggung jawab sosial dapat memberikan citra yang positif di mata masyarakat.

Mengadopsi dari teori legitimasi, perusahaan harus menaati norma-norma yang berlaku di masyarakat dimana perusahaan tersebut beroperasi sehingga aktivitas perusahaan dapat berjalan lancar dan tidak terjadi konflik dengan masyarakat. Agar terjadi keseimbangan antara perusahaan dan masyarakat, perusahaan dapat menyesuaikan diri dengan mengembangkan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility*. Dengan adanya tanggung jawab sosial tersebut, perusahaan diharapkan dapat memberikan kontribusi positif pada masyarakat sehingga dapat menerima keberadaan perusahaan dengan baik.

Pentingnya pengungkapan CSR membuat banyak peneliti melakukan penelitian mengenai motivasi dan praktik CSR yang dilakukan perusahaan.

No. Daftar EPEB : 201/UN40.7.D1/LT/2014

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006) tentang pengungkapan informasi dan faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial perusahaan; Mutia (2011) dan Novrianto (2012) yang meneliti pengaruh *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan informasi sosial.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, diantaranya Bowman dan Haire (1976) serta Preston (1978) dalam Hackston dan Milne (1996) menyebutkan bahwa profitabilitas mempengaruhi perusahaan dalam mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial. Penelitian lain yang menyebutkan adanya pengaruh dari profitabilitas terhadap pengungkapan CSR adalah Wirni Eka Putra (2012), disebutkan dalam penelitian tersebut bahwa profitabilitas mempengaruhi perusahaan dalam mengungkapkan CSR.

Dari beberapa fenomena yang terjadi dan dari hasil penelitian mengenai faktor profitabilitas yang mempengaruhi pengungkapan CSR yang telah dilakukan sebelumnya oleh beberapa peneliti menunjukkan adanya hasil yang berbeda-beda. Perbedaan hasil penelitian mungkin saja terjadi dikarenakan beberapa hal, yaitu adanya perbedaan periode waktu penelitian maupun perbedaan metode yang digunakan masing-masing peneliti. Penelitian ini menarik untuk kembali diteliti agar hasil penelitian terdahulu dapat terverifikasi mengenai faktor profitabilitas yang dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dikemukakan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial dengan objek

No. Daftar FPEB: 201/UN40.7.D1/LT/2014



perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam indeks LQ45 dan indeks Kompas100 Bursa Efek Indonesia. Alasan peneliti menggunakan objek tersebut adalah karena perusahaan yang masuk ke dalam indeks LQ45 dan indeks Kompas100 memiliki saham/emiten dengan likuiditas yang tinggi yang dipilih setelah melalui beberapa kriteria pemilihan saham. Selain penilaian atas likuiditas, seleksi atas saham tersebut juga mempertimbangkan kapitalisasi pasar. Indeks LQ45 dan Kompas100 merupakan pelengkap IHSG dan sebagai sarana objektif dan terpercaya bagi analis keuangan, manajer investasi, investor dan pemerhati pasar modal lainnya dalam memonitor pergerakan harga dan saham-saham yang aktif diperdagangkan. Hal ini membuat peneliti semakin tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Komparasi pada Perusahaan Indeks LQ45 dan Indeks Kompas100 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)** “.

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka yang menjadi rumusan masalahnya adalah :

1. Bagaimana gambaran profitabilitas perusahaan LQ45 dan Kompas100 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Bagaimana gambaran pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan LQ45 dan Kompas100 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

No. Daftar FPEB : 201/UN40.7.D1/LT/2014
-----------------------------------------

3. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan LQ45 dan Kompas100 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui gambaran profitabilitas perusahaan LQ45 dan Kompas100 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Untuk mengetahui gambaran pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan LQ45 dan Kompas100 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
3. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan LQ45 dan Kompas100 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

1. Manfaat Akademis

Memberikan kontribusi pada pengembangan akuntansi keuangan dan diharapkan dapat dijadikan referensi serta perbandingan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Manfaat Praktis

No. Daftar FPEB : 201/UN40.7.D1/LT/2014
-----------------------------------------

- a. Memberikan kontribusi bagi pihak manajemen mengenai bagaimana pertanggung jawaban sosial yang dilakukan perusahaan yang kemudian diungkapkan dalam laporan keuangan tahunan.
- b. Memberikan kontribusi bagi pihak investor, yaitu berupa gambaran tentang laporan keuangan tahunan yang dijadikan acuan dalam pembuatan keputusan investasi.
- c. Memberikan kontribusi bagi masyarakat, yaitu sebagai pengontrol perilaku perusahaan dan diharapkan masyarakat memiliki kesadaran akan hak-hak yang harus diperoleh.

No. Daftar FPEB : 201/UN40.7.D1/LT/2014