

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Tanggung jawab sosial muncul dan berkembang sejalan dengan interrelasi antara perusahaan dan masyarakat, yang sangat ditentukan oleh dampak yang timbul dari perkembangan dan peradaban masyarakat. Semakin tinggi tingkat peradaban masyarakat, khususnya akibat perkembangan ilmu sehingga meningkatkan kesadaran dan perhatian lingkungan memunculkan tuntutan tanggung jawab perusahaan. Hal itu karena peningkatan pengetahuan masyarakat meningkatkan keterbukaan ekspektasi masa depan dan sustainability pembangunan.

Belkaoui dan Karpik (1989) menyatakan pergeseran dampak negatif industrialisasi memicu legitimasi masyarakat, karena peningkatan pengetahuannya. Legitimasi mengalami pergeseran bersamaan dengan perubahan dan perkembangan lingkungan dan masyarakat dimana perusahaan berada. Perubahan nilai, norma dan peradaban masyarakat menuntut tanggungjawab perusahaan secara meluas. Disitulah letak peran *social responsibility*, mengingat *social responsibility* merupakan bagian dari perluasan tanggung jawab perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan, *social responsibility* bersifat dinamis, sesuai dengan konteks yang melingkupnya (Nor Hadi 2011: 48). Dalam konteks global, istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mulai dikenal pada

Anty Nudianti Imani, 2013

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP TINGKAT
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

tahun 1950-1960-an. Satu terobosan besar perkembangan CSR perusahaan dikemukakan oleh John Elkington (1997) yang dikenal dengan istilah “*The Triple Botton Line*”. Konsep tersebut mengakui bahwa jika perusahaan ingin *substain* maka perlu memperhatikan 3P, yaitu bukan hanya keuntungan (*Profit*) yang diburu, namun juga memiliki kontribusi yang positif kepada masyarakat (*People*) dan ikut serta dalam menjaga kelestarian lingkungan (*Planet*). Konsep *The Triple Botton Line* tersebut merupakan kelanjutan dari konsep *Substainable Development* yang secara eksplisit telah mengaitkan antara dimensi tujuan dan tanggung jawab kepada semua pemangku kepentingan (Nor Hadi 2011:56).

Selama ini kebanyakan perusahaan hanya berfokus terhadap laba untuk melakukan pengambilan keputusan. Padahal informasi selain laba dapat dijadikan pertimbangan bagi manajemen untuk mengungkapkan informasi tersebut dalam laporan tahunan perusahaan yang diterbitkan. Bagi pemangku kepentingan informasi tersebut dapat menjadi dasar dalam pengambilan keputusan. Tanggung jawab sosial sendiri bukan hanya sekedar komitmen yang dilakukan untuk mendapatkan keuntungan *financial* saja, tapi pembangunan sosial ekonomi yang berkelanjutan. Meskipun tujuan utama perusahaan adalah memperoleh keuntungan, namun sudah selayaknya perusahaan menaruh kepedulian terhadap aspek sosial dan lingkungan sekitarnya.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada aspek keuntungan secara semata, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangan, namun

juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya. Perkembangan CSR tidak terlepas dari konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*). Konsep CSR menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para pemangku kepentingan yang terkait dan terkena dampak dari keberadaan perusahaan.

Suatu informasi dikatakan informatif jika informasi tersebut dapat mengubah kepercayaan para investor dalam pengambilan keputusan investasi. Adanya informasi baru selain laporan keuangan akan meningkatkan kepercayaan dikalangan para investor terhadap suatu perusahaan. Saat ini informasi yang banyak mendapat sorotan adalah mengenai pertanggungjawaban sosial perusahaan. Kesadaran tentang pentingnya mempraktikkan CSR ini menjadi tren global seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial dan prinsip-prinsip hak asasi manusia (HAM).

Dari perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan. Dengan menerapkan CSR diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan keuangan dalam jangka panjang. Saat ini, pengambilan keputusan ekonomi hanya dengan melihat kinerja keuangan suatu perusahaan sudah tidak relevan lagi. Eipstein dan Freedman (dalam Anggraini 2006: 4), mengemukakan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan.

Saat ini penerapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan mulai berkembang dan dengan melakukan tanggung jawab sosial, organisasi atau perusahaan lebih berkomitmen dan bertanggung jawab kepada para pemegang sahamnya. Perusahaan yang menjalankan CSR akan memperlihatkan dampaknya terhadap kondisi sosial dan lingkungan dan berupaya agar dampaknya positif. Perkembangan CSR juga terkait dengan semakin parahnya kerusakan lingkungan yang terjadi Indonesia maupun dunia, mulai dari pengundulan hutan, polusi udara, dan air, hingga perubahan iklim. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan salah satu media yang dipilih untuk memperlihatkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat disekitarnya.

Perkembangan praktek dan pengungkapan CSR di Indonesia juga dilatar belakangi oleh dukungan pemerintah, yaitu dengan dikeluarkannya regulasi terhadap kewajiban praktek dan pengungkapan CSR melalui Undang-Undang perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007, pasal 66 dan 74. Pada Pasal 66 ayat (2) bagian c disebutkan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sedangkan dalam pasal 74 menjelaskan kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam. Selain itu kewajiban pelaksanaan CSR juga diatur dalam Undang-Undang Penanaman modal No. 25 tahun 2007 pasal 15 bagian b, pasal 17, dan pasal 34 yang mengatur setiap penanaman modal diwajibkan untuk ikut serta dalam tanggung jawab sosial perusahaan.

Perusahaan yang rentan terhadap pelaksanaan CSR yang kurang baik khususnya dalam hal pencemaran lingkungan. Sebagai contoh kasus konflik operasional PT. Caltex Pacific Indonesia (CPI) di wilayah Provinsi Riau, masyarakat dari yang hidup di daerah operasi CPI mengalami kerugian yang besar. Dampak dari eksploitasi sumber-sumber perminyakan, banyak sumur-sumur masyarakat sekitar menjadi kering, pencemaran limbah mengganggu pertanian dan tambak (Nor Hadi 2011: 9-10). Pada kasus PT. Unocal yang beroperasi sejak 1970-an di daerah Marangkayu Kutai Timur, memunculkan serangkaian persoalan sosial kemasyarakatan. Kehadiran PT. Unocal telah membuat tambak dan lahan pertanian yang merupakan sumber pendapatan penting masyarakat setempat tercemar oleh limbah minyak, dan mengganggu ekosistem dan kesuburan tambak mereka. Akibatnya, terjadi tekanan dan mengoyak konflik sosial yang berujung pada penggerusan legitimasi masyarakat terhadap eksistensi perusahaan, bahkan sampai pada tuntutan penutupan perusahaan (Nor Hadi, 2011: 8). Peristiwa lain yang menggambarkan bahwa perusahaan pertambangan rentan terhadap dampak pencemaran lingkungan adalah kasus tercemarnya sungai Balangan oleh PT. Adaro Energy Tbk sekitar akhir Oktober 2009, akibatnya, ikan-ikan yang dibudidayakan oleh masyarakat di Kabupaten Balangan dan HSU itu, mati dan menimbulkan kerugian material mencapai miliaran rupiah. Kasus lain yaitu pada bidang ketenagakerjaan, kasus Nike telah membuat para aktivis Amerika menuduh dan memprotes bahwa Nike telah mengabaikan etika bisnis, seperti melakukan pemerasan kepada buruh di negara-negara berkembang. Nike dianggap perusahaan yang tidak jujur, dan telah

Anty Nudianti Imani, 2013

*PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP TINGKAT
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

melakukan eksploitasi terhadap pekerja untuk memenuhi target dan kinerja secara ekonomi. Di Indonesia sempat ramai adanya kasus menggunakan lemak babi pada satu produk. Kasus lemak babi tersebut merupakan kelemahan perusahaan dalam memahami dan melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap para pemangku kepentingan, yang tidak hanya dilihat dari aspek karikatif dan jaminan kualitas dan kesehatan produk yang dihasilkan. Tanggung jawab sosial harus masuk dalam ranah pertanggungjawaban keamanan pelaksanaan ibadah yang merupakan refleksi jaminan keamanan menjalankan perintah agama khususnya umat Islam.

Bagi investor, pengungkapan tanggung jawab sosial dijadikan sebagai media untuk mendapatkan informasi mengenai keadaan perusahaan sehingga investor bisa melakukan evaluasi atas keadaan perusahaan sebelum investor tersebut mengambil keputusan. Evaluasi tersebut penting terkait dengan resiko dan kepastian *expected return* atas investasi yang telah dilakukan. Bagi manajemen, pengungkapan tanggung jawab sosial ini penting untuk membangun *image*, mempertahankan reputasi, dan legitimasi baik dari investor itu sendiri maupun dari masyarakat sosial tempat perusahaan itu berada.

Terdapat beberapa faktor yang menjadi pertimbangan bagi perusahaan dalam melakukan pengungkapan sosialnya, salah satunya adalah karakteristik perusahaan.

Ukuran perusahaan dipengaruhi oleh besarnya total aset, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total aset berarti semakin besar modal yang ditanam, semakin besar penjualan berarti semakin besar perputaran uang, dan

semakin bedar kapitalisasi pasar bertarti perusahaan tersebut nantinya akan semakin dikenal oleh masyarakat. Dari ketiga variabel ini, nilai aset relatif lebih stabil dibandingkan dengan kapitalisasi pasar dan penjualan dalam mengukur ukuran perusahaan.

Perusahaan yang memiliki total aset yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan perusahaan dengan total aset yang kecil (Sudarmadji dan Sularto, 2009). Perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak dibandingkan perusahaan kecil karena perusahaan besar merupakan entitas yang banyak diperhatikan oleh publik secara umum, sehingga mengungkapkan lebih luas informasi atas aktivitas perusahaan termasuk aktivitas tanggung jawab sosial merupakan bagian dari upaya perusahaan untuk mewujudkan akuntabilitas kepada masyarakat sosialnya.

Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis yaitu tekanan untuk melakukan tanggung jawab sosial, misalnya dengan menghadapi regulasi yang lebih ketat seperti tentang pengawasan harga, tingginya pajak, regulasi dalam perlindungan lingkungan dan pengolahan limbah, dan bahkan regulasi dalam ketenagakerjaan. Pengungkapan sosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan (Hasibuan, 2001). Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan sosialnya melalui pelaporan

keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat.

Profitabilitas diartikan sebagai ukuran mengenai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan selama periode tertentu. Profitabilitas dinyatakan dengan rasio, dimana rasio tersebut menggambarkan sejauh mana keefektifan dari keseluruhan manajemen dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Tingkat profitabilitas yang semakin tinggi akan semakin memotivasi perusahaan untuk mengungkapkan CSR untuk mendapatkan legitimasi dan nilai positif dari *stakeholders*. Legitimasi diartikan sebagai pengakuan dan penerimaan atau keberpihakan orang dan kelompok orang terhadap suatu kebijakan atau keputusan yang akan diambil perusahaan. Rentabilitas ekonomi dan profit margin yang tinggi akan mendorong para manajer untuk memberikan informasi yang lebih terinci, termasuk pengungkapan informasi tanggung jawab sosialnya sebab manajer ingin meyakinkan investor terhadap profitabilitas perusahaan dan mendorong kompensasi terhadap manajemen. (Anggraini, 2006).

Leverage diartikan sebagai penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap, dengan harapan akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar dari pada beban tetapnya, sehingga keuntungan pemegang saham bertambah. Rasio *leverage* menunjukkan proporsi pendanaan perusahaan yang dibiayai dengan hutang. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang perusahaan. (Irhani Fahmi, 2012 : 127). Semakin tinggi tingkat *leverage* perusahaan semakin besar pula *agency cost* atau dengan kata lain,

untuk memenuhi kebutuhan kreditur jangka panjang perusahaan dituntut untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas. Tambahan informasi diperlukan oleh pihak kreditur untuk memastikan bahwa hak-hak mereka sebagai kreditur tetap terpenuhi. Oleh karena itu perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. (Wirmie Eka Putra, 2011)

Terdapat beberapa penelitian yang membahas mengenai pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Intania , dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa praktik dan pengungkapan CSR sebagai bidang cakupan akuntansi dipengaruhi secara signifikan oleh ukuran perusahaan dan untuk *leverage* mempunyai pengaruh yang signifikan. Faktor lain yang diteliti dalam penelitian ini seperti profitabilitas tidak mempengaruhi pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Syaviena Addhien Kurnia tentang pengaruh *company size*, *leverage* dan *profitabilitas* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada laporan tahunan perusahaan, dari penelitian tersebut diketahui terdapat pengaruh positif dari *company size* dan *profitabilitas* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dan berpengaruh negatif dari *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan uraian diatas, dapat diketahui bahwa penelitian-penelitian sebelumnya mengenai ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* terhadap

Anty Nudianti Imani, 2013

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP TINGKAT PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial ternyata hasilnya berbeda-beda yang mungkin dikarenakan perbedaan waktu penelitian, perusahaan, atau hal-hal lain, oleh karena itu peneliti bermaksud melakukan penelitian lebih lanjut mengenai ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada pemilihan sampel. Penelitian ini akan menggunakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI sebagai objek penelitian.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian apakah ukuran, profitabilitas dan *leverage* ikut berpengaruh dalam pengungkapan tanggung jawab sosial. di perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Suatu kasus pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, terdapat sejumlah rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.?
2. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.?
3. Bagaimana pengaruh tingkat *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.?
4. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan tingkat *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara simultan ?

1.3 Maksud dan tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran tentang pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan tingkat *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
2. Pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
3. Pengaruh *leverage* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
4. Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan tingkat *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara simultan

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan teoritis

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat menambah sumber informasi ilmu pengetahuan sebagai bahan kepustakaan atau sejenisnya yang diperlukan bagi pihak-pihak yang memerlukan. Dapat mengembangkan pengetahuan mengenai ukuran perusahaan, profitabilitas, dan tingkat *leverage* serta dapat mendapatkan gambaran

yang nyata mengenai ukuran perusahaan, profitabilitas, dan tingkat *leverage* dan pengungkapan tanggung jawab sosial.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan sumbangsih yang berguna bagi perusahaan, mengenai pentingnya pelaksanaan pertanggungjawaban sosial perusahaan sehingga memberikan dorongan bagi perusahaan untuk berperan aktif dalam kegiatan CSR serta mengungkapkannya dalam laporan tahunan perusahaan.

