

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang semakin maju dan berkembang di era globalisasi ini, hal ini sangat berpengaruh pada dunia bisnis, hal ini juga menyebabkan persaingan yang begitu ketat antar perusahaan, untuk dapat bersaing tentu saja dipengaruhi oleh hal-hal penting yang sangat besar nilainya. Setiap perusahaan mempunyai tujuan dalam menjalankan usahanya, yang mana tujuan utama perusahaan tersebut adalah berusaha memperoleh keuntungan yang maksimum.

Suatu perusahaan yang baik adalah perusahaan yang selalu bertanggungjawab terhadap konsumen dan karyawannya, serta memperhatikan lingkungan sekitar perusahaan tersebut dengan cara melakukan kegiatan sosial dan memberikan bantuan pada lingkungan sekitar perusahaan dan masyarakat sekitarnya, kegiatan ini dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* yang biasa disingkat CSR.

Secara teoritis, CSR dapat diartikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *stakeholders* terutama masyarakat sekitar yang berada di wilayah kerjanya. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang CSR adalah mengedepankan prinsip moralitas, yakni menggapai suatu hasil terbaik tanpa merugikan masyarakat sekitar (Febrina dan Suaryana,

2011). *Corporate Social Responsibility* sebagai konsep akuntansi yang baru adalah transparansi pengungkapan sosial atas kegiatan atau aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan, dimana transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya informasi keuangan perusahaan tetapi perusahaan juga diharapkan mengungkapkan informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan aktivitas perusahaan (Rakhiemah dan Agustia, 2009). Dari dua pengertian di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa tanggung jawab sosial atau CSR adalah kewajiban suatu organisasi atau perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan yang dilakukan secara sukarela dan sesuai dengan kesanggupan perusahaan yang dilaksanakan secara transparan guna mewujudkan masyarakat yang lebih baik dan menciptakan lingkungan yang lebih bersih.

The Commission for European Communities (1993) menyampaikan dalam dokumen *The Green Paper* bahwa perusahaan yang bertanggungjawab secara sosial, bukanlah perusahaan yang semata-mata memenuhi kewajiban yang dibebankan kepadanya menurut aturan hukum melainkan perusahaan yang melaksanakan kepatuhan melampaui ketentuan hukum serta melakukan investasi lebih di bidang *human capital*, lingkungan hidup dan hubungan dengan para *stakeholder*. *The Green Paper* (1993) selanjutnya membagi CSR yang dilakukan perusahaan ke dalam dua kategori, yaitu: *Internal Dimension of CSR* mencakup *human resources*

management, kesehatan dan keselamatan kerja, adaptasi terhadap perubahan dan pengelolaan dampak lingkungan serta sumber daya alam dan *External dimension of CSR* mencakup pemberdayaan komunitas lokal, *partner* usaha yang mencakup para pemasok dan konsumen, hak asasi manusia, dan permasalahan lingkungan global (Kartini, 2009:3).

Penerapan CSR merupakan salah satu bentuk implementasi dari tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*). Perusahaan harus mulai menyadari untuk mendorong praktik pengungkapan tanggung jawab sosial serta memenuhi tuntutan akan penerapan *good corporate governance* dalam rangka pengelolaan perusahaan yang baik, praktik dan pengungkapan CSR merupakan konsekuensi dari *good corporate governance* yang prinsipnya ialah perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholder* nya, sesuai dengan aturan yang ada dengan menjalin kerja sama yang aktif dengan *stakeholders* demi keberlangsungan hidup jangka panjang perusahaan (Rohmah, 2015), karenanya *corporate social responsibility* tidak hanya fokus pada hasil yang ingin dicapai melainkan juga pada proses untuk mencapai hasil tersebut. Menurut (Syafrihal, 2012:126), lima langkah yang bisa dijadikan panduan dalam merumuskan program CSR adalah:

“1. *Engagement*

Pendekatan awal kepada masyarakat agar terjalin komunikasi dan relasi yang baik. Tahap ini juga bisa berupa sosialisasi mengenai rencana pengembangan program CSR.

Tujuan utama langkah ini adalah terbangunnya pemahaman, penerimaan dan *trust* masyarakat yang akan dijadikan sasaran CSR. Modal sosial bisa dijadikan dasar untuk membangun ‘kontrak sosial’ antara masyarakat dengan perusahaan dan pihak-pihak yang terlibat.

2.Assessment

Identifikasi masalah dan kebutuhan masyarakat yang akan dijadikan dasar dalam merumuskan program. Tahapan ini bisa dilakukan bukan hanya berdasarkan *needs-based approach* (aspirasi masyarakat), melainkan pula berpijak pada *rights-based approach* (konvensi internasional atau standar normatif hak-hak sosial masyarakat).

3.Plan of action

Merumuskan rencana aksi. Program yang akan diterapkan sebaiknya memerhatikan aspirasi masyarakat (*stakeholders*) di satu pihak dan misi perusahaan termasuk *shareholders* di lain pihak.

4.Action and facilitation

Menerapkan program yang telah disepakati bersama. Program bisa dilakukan secara mandiri oleh masyarakat atau organisasi lokal. Namun, bisa pula difasilitasi oleh LSM dan pihak perusahaan. Monitoring, supervisi dan pendampingan merupakan kunci keberhasilan implementasi program.

5.Evaluation and termination on reformation

Menilai sejauh mana keberhasilan pelaksanaan program CSR dilapangan. Bila berdasarkan evaluasi, program akan diakhiri (*termination*) maka perlu adanya semacam pengakhiran kontrak dan *exit strategy* antara pihak-pihak yang terlibat. Misalkan melaksanakan CSR melalui *capacity building* terhadap masyarakat (*stakeholders*) yang akan melanjutkan program CSR secara mandiri”.

Teori yang menjelaskan organisasi/perusahaan melaksanakan pelaporan sukarela terkait dengan lingkungan adalah teori legitimasi. Teori legitimasi adalah teori yang menjelaskan bahwa organisasi/perusahaan secara kontinu akan beroperasi sesuai dengan batas-batas dan nilai yang diterima oleh masyarakat disekitar perusahaan dalam usaha untuk mendapatkan legitimasi (Deegan, 2004:292 dalam Suaryana, 2011). Dari uraian mengenai pengertian CSR dan teori legitimasi menurut Deegan maka peneliti menyimpulkan bahwa teori legitimasi ini erat kaitannya dengan CSR, karena perusahaan/organisasi harus beroperasi sesuai dengan norma-norma yang berkaitan dengan masyarakat dan perusahaan harus menyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR, diantaranya adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*. Ukuran perusahaan menurut (Riyanto, 2002:313) adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai ekuitas, nilai

penjualan atau nilai total aset. Dalam penelitian yang dilakukan (Dermawan dan Deitiana, 2014), (Felicia dan Rasmini, 2015), serta (Sulhan, 2014) yang meneliti mengenai faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR, menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, hal ini disebabkan antara lain adanya kebutuhan untuk memperoleh dana yang lebih rendah, desakan dari pada *stakeholder* dan analisis investasi untuk memperoleh informasi yang lebih banyak, pemantauan yang dilakukan pemerintah semakin ketat, struktur bisnis yang semakin rumit, dan tuntutan yang semakin besar untuk penyedia informasi bagi berbagai kelompok pemakai. Faktor kedua yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah faktor profitabilitas, (Felicia dan Rasmini, 2015) mengatakan profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Dalam penelitian yang dilakukan (Felicia dan Rasmini, 2015) dan (Sulhan, 2014) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR hal ini dikarenakan semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan (Dermawan dan Deitiana, 2014) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Faktor berikutnya yang mempengaruhi CSR adalah *Leverage*, penelitian yang dilakukan oleh (Felicia dan Rasmini, 2015) menunjukkan hasil bahwa *leverage* berpengaruh

positif terhadap pengungkapan CSR dikarenakan tingkat *leverage* perusahaan yang tinggi akan mendorong perusahaan melakukan pengungkapan sosialnya, sedangkan penelitian yang dilakukan (Dermawan dan Deitiana, 2014) dan (Sulhan, 2014) menunjukkan hasil bahwa *leverage* tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR dikarenakan semakin bergantung sebuah perusahaan pada pendanaan utang untuk mendanai proyeknya semakin besar tingkat respon yang diberikan manajemen terhadap pengharapan kreditur atas peran perusahaan dalam melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial.

Dari uraian diatas maka penulis akan meneliti kembali faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR, pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2015, alasan peneliti memilih perusahaan industri pertambangan sebagai objek penelitian dikarenakan industri pertambangan termasuk dalam industri *high profile* yang memiliki visibilitas dari *stakeholder*, resiko politik yang tinggi dan memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi bersinggungan dengan kepentingan luas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan industri pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

2. Apakah profitabilitas berpengaruh pada pengungkapan CSR pada perusahaan industri pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah *leverage* berpengaruh pada pengungkapan CSR pada perusahaan industri pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan industri pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan industri pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan industri pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat akademik:

- a. Dapat menjadi salah satu pembanding bagi penelitian selanjutnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini dapat membantu investor dalam mengambil keputusan investasi, yaitu menanamkan investasinya pada perusahaan yang telah melakukan CSR karena perusahaan yang melakukan CSR memiliki citra yang baik dimata masyarakat.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran tentang materi yang akan dibahas dalam penulisan skripsi ini, perlu dibuat sistematika penulisan dengan rincian sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat, serta sistematika penulisan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan mengenai landasan teori penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis yang disajikan dalam penelitian ini.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode yang berisi penjelasan variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, penentuan teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB 4 : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran-saran yang berhubungan dengan penelitian serupa di masa yang akan datang.