

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang tidak hanya peduli pada upaya peningkatan terhadap ragam dan kualitas produknya saja, namun juga yang memiliki komitmen penuh dan tanggung jawab serta kepekaan terhadap lingkungan sosial di manapun ia berada. Kepedulian tersebut direalisasikan melalui program pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu sebuah konsep yang menggambarkan suatu perusahaan yang memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek kegiatan operasional perusahaan.

Dalam menghadapi dampak globalisasi, kemajuan teknologi, dan keterbukaan pasar, Perusahaan harus secara serius dan terbuka memperhatikan pengungkapan tanggung jawab sosial. Beberapa perusahaan percaya dengan adanya *Corporate Social Responsibility* dapat membuat perusahaan tersebut lebih dikenal publik karena manfaat tanggung jawab sosial memungkinkan perusahaan dapat membangun citra yang baik dan reputasi yang baik (Porter and Kramer, 2006; Boonpattarakon, 2012). Perusahaan harus mampu menyelaraskan pencapaian kinerja keuangan, kinerja sosial dan kinerja lingkungan. Keselarasan tiga aspek tersebut akan memungkinkan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dan menciptakan citra yang baik di mata publik (Hartikayanti dan Maryani, 2015). Maka dari itu, hasil yang didapat perusahaan dari

mempraktekkan *Corporate Social Responsibility* yaitu perusahaan akan mendapatkan banyak dukungan dari berbagai macam *stakeholder* yang mendapat keuntungan dari praktek *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan. Selain itu perusahaan juga akan mendapat perlakuan yang lebih baik dari pemerintah, mendapat dukungan dari kelompok aktivis, mendapat legitimasi dari masyarakat, dan mendapat pemberitaan yang baik dari media (Castelo dan Lima, 2006).

Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR merupakan pengungkapan yang tak lagi berpijak pada *single bottom line* yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) dan akan tetapi berpijak pada *triple bottom line* yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan. Melalui konsep *triple bottom line*, perusahaan tidak hanya dihadapkan pada kepentingan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya, namun aspek ekonomi tersebut juga harus seimbang dengan aspek sosial serta lingkungan untuk mempertahankan kehidupan jangka panjang perusahaan. Untuk menjaga kelangsungan hidup jangka panjang, perusahaan harus menunjukkan kredibilitas yang baik kepada para *stakeholder*, sehingga setiap perusahaan diwajibkan untuk mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (Sari, 2012).

Hal-hal yang berkaitan dengan pentingnya pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan serta isu mengenai lingkungan telah diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan di Indonesia, namun belum memberikan pedoman secara khusus mengenai pelaksanaan kegiatan CSR serta bagaimana kebijakan mengenai pelaporan pelaksanaan CSR di Indonesia (Hermawan dan Mulyawan,

2014). Item-item pengungkapan dan bagaimana pengungkapannya belum diatur secara rinci. Adanya peraturan-peraturan tersebut baru sebatas mewajibkan perusahaan untuk terlibat dalam aktivitas tanggung jawab sosial. Belum kuatnya peraturan yang ada menyebabkan pengungkapan terkait pelaksanaan kegiatan CSR dirasa belum memadai (Kristi, 2013). Dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (Revisi 2009) paragraf 9, secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah lingkungan dan sosial. “Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi *industry* dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peran penting bagi perusahaan yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”.

Menurut Riset Centre for Governance, Institutions, and Organizations National University of Singapore (NUS) Business School memaparkan rendahnya pemahaman perusahaan terhadap praktik CSR. Perusahaan di Indonesia sendiri memiliki kualitas tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) lebih rendah dari perusahaan Thailand, Singapura, dan Malaysia. Riset ini memaparkan Thailand menjadi Negara dengan kualitas implementasi CSR paling tinggi dengan nilai 58,6 dari total 100, Singapura 48,8, Indonesia dan Malaysia 48,4 dan 47,7. Penilaian ini diambil berdasarkan sejumlah indikator dari Kerangka *Global Reporting Initiative* (GRI), yang meliputi faktor tata kelola perusahaan, ekonomi, lingkungan, dan sosial. Berdasarkan studi tersebut, Direktur CGIO National University of Singapore Business School Lawrence Loh menyatakan,

pemerintah dan pemangku kepentingan industri memiliki peran dalam memastikan pelaporan CSR yang berkelanjutan. Hal itu dinilai sebagai kunci utama tata kelola perusahaan. Hasil studi tersebut dipublikasikan dalam acara *Conference on Corporate Governance and Responsibility: Theory Meets Practice*, yang digelar oleh NUS dan ASEAN CSR Network (ACN). (Suastha, CNN Indonesia, 2016).

Perusahaan dapat mengungkapkan kegiatan CSR yang telah dilaksanakan dalam laporan tahunan (*annual report*) yang mencakup laporan tanggung jawab sosial perusahaan selama kurun waktu satu tahun berjalan. Perusahaan juga dapat mengungkapkan kegiatan CSR dalam laporan keberlanjutan (*sustainability report*), yang merupakan laporan perusahaan yang berhubungan dengan kebijakan ekonomi, sosial, lingkungan, dampak dari aktivitas perusahaan serta produk-produknya dalam konteks pembangunan berkelanjutan (Meryawati, 2011). Dengan adanya pengungkapan kegiatan CSR tersebut penerapan CSR untuk kurun waktu jangka panjang tentu akan mendapatkan keuntungan dalam bentuk kepercayaan dari pemangku kepentingan terhadap perusahaan. Dalam pengungkapan tersebut CSR juga berkaitan dengan tujuan utama perusahaan dalam mendapatkan keuntungan yang sebesar besarnya bagi pemiliknya, namun hal ini dimaksudkan bahwa perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingannya saja, tetapi juga untuk kepentingan para *stakeholder*.

Banyak faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR salah satunya *Slack resources*. *Slack resources* didefinisikan sebagai sumber lebih yang dapat digunakan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan kondisi tekanan

internal dan eksternal (Bourgeois 1981) dalam Anggraeni dan Djakman (2017). Perusahaan yang memiliki *slack resources* diharapkan memiliki kualitas pengungkapan CSR yang lebih baik karena mereka akan melaksanakan investasi CSR yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki sedikit (atau tidak memiliki) *slack resources* (Harrison dan Coombs 2012). Berdasarkan perspektif *resources-based*, pengungkapan CSR merupakan suatu media bagi perusahaan untuk membangun hubungan yang baik dengan para *stakeholders* mereka karena pengungkapan CSR menyajikan informasi adanya jaminan bagi *stakeholders* bahwa seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan telah dipergunakan dengan baik dan sesuai dengan norma yang ada sehingga para *stakeholders* tidak lagi mengkhawatirkan isu keberlanjutan perusahaan di masa yang akan datang (Toms 2002; Castello dan Lima 2006).

Menurut penelitian terdahulu Anggraeni dan Djakman (2017) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara *slack resources* dan pengungkapan CSR. Hal tersebut didefinisikan bahwa perusahaan dengan *slack resources* yang tinggi akan semakin memperbaiki kualitas pengungkapan CSR mereka karena mereka meyakini bahwa informasi CSR dapat menjadi salah satu wadah untuk membangun hubungan yang baik dengan para *stakeholders* sebagai jaminan bahwa seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan telah dipergunakan dengan baik dan sesuai dengan norma yang ada sehingga para *stakeholders* tidak lagi mengkhawatirkan isu keberlanjutan perusahaan di masa yang akan datang.

Pengungkapan CSR diduga dipengaruhi oleh tentang *Feminisme* dewan, Pengelolaan kebijakan CSR akan lebih baik ditangani oleh wanita karena mereka

memiliki tingkat kepedulian terhadap isu sosial dan lingkungan yang lebih tinggi (Liao et al. 2015). Anggota dewan wanita juga ditemukan lebih partisipatif, lebih terorganisir, lebih tekun, lebih kritis, dan dapat lebih menciptakan atmosfer kerja yang lebih baik (Huse dan Solberg 2006; Adams dan Ferreira 2004). Semakin beragamnya struktur dewan (dengan meningkatnya proporsi wanita), akan memengaruhi luasnya pengungkapan CSR (Rao et al. 2012). Rao et al. (2012) serta Adams dan Ferreira (2004) menemukan bahwa feminisme dalam struktur dewan mempengaruhi kualitas pengungkapan lingkungan perusahaan karena hadirnya wanita dalam struktur dewan mengindikasikan keberagaman sehingga akan memperluas pandangan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan isu sosial dan lingkungan. Hasil tersebut didukung oleh pendapat Liao et al. (2015) bahwa dewan wanita lebih peduli terhadap isu sosial dan lingkungan, sehingga mereka akan cenderung mengelola kebijakan CSR lebih baik.

Menurut penelitian terdahulu Anggraeni dan Djakman (2017) menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara feminisme dewan direksi dan kualitas pengungkapan CSR. Hal tersebut mengindikasikan bahwa peran feminisme fungsi pengawasan menjadi salah satu faktor besarnya kualitas pengungkapan CSR sehingga pengetahuan dan keahlian yang cukup mengenai pengawasan CSR perlu dipertimbangkan. Rendahnya proporsi wanita dalam anggota dewan serta masih terbatasnya pengetahuan anggota dewan wanita mengenai CSR.

Pengungkapan CSR diduga dipengaruhi oleh faktor lainnya yaitu manajemen laba. Manajemen laba merupakan praktek aktivitas agen yang tercermin dalam catatan keuangan perusahaan baik untuk memberikan kesan yang

baik untuk laba yang dihasilkan pada tahun periodik tertentu, untuk menunjukkan keuntungan yang tinggi dalam tahun tertentu dan menurunkan laba yang dilaporkan atau untuk menunjukkan laba yang rendah di tahun tertentu (Gill *et al.* 2013). Kegiatan *CSR Disclosure* dan pengungkapan informasi mengenai perilaku perusahaan dapat membangun citra positif dikalangan pemangku kepentingan. Selain itu juga untuk mempertahankan dan melindungi posisi manajer juga untuk mengalihkan perhatian para pemangku kepentingan dari aktivitas manajemen laba (Sun *et al.*, 2010).

Menurut penelitian terdahulu Mustika, dkk (2015) menyatakan bahwa manajemen laba berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Kecenderungan perusahaan untuk menutupi manajemen laba merupakan salah satu motif untuk melakukan pengungkapan CSR yang tinggi. Semakin tinggi manajemen laba perusahaan maka akan semakin tinggi pengungkapan CSR di perusahaan tersebut.

Pengungkapan CSR diduga dipengaruhi oleh tentang Kapitalisasi pasar. Kapitalisasi Pasar menunjukkan besarnya perusahaan yang diindikasikan dari banyaknya jumlah saham yang beredar (Rifqiawan, 2015). Kapitalisasi pasar didapatkan dari mengalikan jumlah saham yang beredar dengan harga saham penutupannya. Besar atau tidaknya perusahaan di bursa saham dapat dilihat dari kapitalisasi pasarnya. Perusahaan dengan kapitalisasi pasar yang besar memiliki keterkaitan yang lebih luas terhadap *stakeholder* sehingga manajemen akan mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial secara lebih rinci (Rahayu dan Rahayu, 2013).

Menurut penelitian terdahulu Indraswari dan Mimba (2017) menyatakan bahwa kapitalisasi pasar berpengaruh positif pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang berkembang menjadi sangat besar dimana dalam penelitian ini dilihat dari besarnya kapitalisasi pasar perusahaan, akan menyebabkan para pemangku kepentingan menjadi sangat terkait dan memperhatikan perusahaan, sehingga manajemen akan mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial secara lebih rinci sebagai wujud akuntabilitas perusahaan terhadap *stakeholder*.

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan dari hari ke hari telah menjadi suatu topik yang hangat dibicarakan begitu juga di Indonesia program CSR pun sedang digalakan pelaksanaannya. Keberlanjutan sebuah perusahaan ditentukan oleh aspek sosial dan lingkungan, bukan lagi semata-mata demi keuntungan bisnis (*profit*) dikarenakan aspek sosial dan lingkungan merupakan parameter untuk mengetahui apakah ada dampak positif dan negatif dari kehadiran perusahaan sebagai komunitas baru terhadap komunitas lokal (masyarakat setempat). Selain itu juga, perusahaan perlu mendapatkan izin lokal (*local license*) sebagai bentuk legalitas secara *cultural* jika keberadaannya diterima di dalam masyarakat. Perusahaan terkadang sudah merasa cukup dengan hanya mengandalkan operasional baik dari pemerintah pusat, provinsi, dan kabupaten namun mengabaikan izin lokal dalam wujud kepedulian terhadap masyarakat sekitar dan lingkungan. Oleh sebab itu, hal ini dapat menjadi pengantar sebagai perubahan

paradigma kita semua untuk mengetahui tanggung jawab sosial perusahaan yang biasa dikenal dengan *corporate social responsibility* (CSR).

Penelitian ini memperluas penelitian dari penelitian Anggraeni dan Djakman (2017) dengan menambah variabel manajemen laba penelitian Mustika, dkk (2015) dan kapitalisasi pasar penelitian Mimba dan Indraswari (2017). Prior et.al (2008) menemukan bahwa manajer dalam perusahaan yang melakukan manajemen laba cenderung semakin aktif dalam meningkatkan citra dan menarik dukungan dari publik dan stakeholder melalui kebijakan CSR. Begitupula dengan kapitalisasi pasar yang memiliki kaitan dengan harga keseluruhan dari saham perusahaan yang beredar di pasar. Perusahaan dengan kapitalisasi pasar yang besar memiliki keterkaitan yang lebih luas terhadap masyarakat dan *stakeholder* lainnya sehingga manajemen akan melaporkan informasi tanggung jawab sosial secara lebih rinci. Hal ini sejalan dengan penelitian Dewi (2013), dan Sufian (2012) yang mengungkapkan adanya pengaruh kapitalisasi pasar yang menjadi penentu pengungkapan CSR.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai beberapa faktor yang berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang masih menunjukkan hasil yang beragam, bahkan bertentangan antara hasil penelitian yang satu dengan yang lainnya sehingga menarik untuk di teliti lebih lanjut sebagai usaha mendapatkan hasil yang lebih konsisten.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *Slack Resources* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
2. Apakah terdapat pengaruh *Feminisme Dewan* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
3. Apakah terdapat pengaruh manajemen laba terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
4. Apakah terdapat pengaruh Kapitalisasi Pasar terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah didapat, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris mengenai:

1. Pengaruh *Slack Resources* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
2. Pengaruh *Feminisme Dewan* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
3. Pengaruh Manajemen Laba terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).
4. Pengaruh Kapitalisasi Pasar terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Dalam suatu penelitian harus memiliki manfaat yang sangat penting, demikian pula dengan penelitian ini. Adapun hasil dari penelitian ini yang diharapkan dapat memberi manfaat lebih bagi:

### **1. Penulis**

Memberikan pelajaran berarti untuk meningkatkan pemahaman dalam pengembangan ilmu ekonomi dan memberikan modal atau bekal tambahan pengetahuan tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam memasuki dunia kerja.

### **2. Perusahaan**

Memberikan wacana tentang pentingnya pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan, terutama pada perusahaan manufaktur yang ada di Indonesia untuk memperhatikan lingkungan alam disekitar perusahaan.

### **3. Akademisi**

Menjadi bahan referensi dan perbandingan dalam penelitian penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan disamping sebagai sarana untuk menambah wawasan.

#### **1.4. Sistematika Penulisan**

Sistematika yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan

2. **BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang mendasari tiap-tiap variabel, pengembangan hipotesis dan kerangka konseptual

3. **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang populasi dan sampel, sumber dan jenis data, variabel penelitian, pengukuran variabel, dan metode analisis data.