

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan yang semakin ketat menyebabkan perusahaan menggunakan berbagai cara agar dapat meraih keuntungan yang tinggi dan menekan biaya. Hal ini menyebabkan perusahaan seringkali mengabaikan masalah sosial seperti kesejahteraan karyawan, kepedulian sosial, pencemaran lingkungan akibat limbah produksi, keamanan lingkungan dan masalah sekitar perusahaan secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, masyarakat menuntut agar perusahaan memperhatikan keadaan sosial yang ditimbulkannya dan berupaya mengatasinya dalam proses jalannya perusahaan. Atas tuntutan tersebut serta adanya perkembangan teknologi informasi dan adanya pasar bebas di era globalisasi saat ini, menyikapi hal tersebut dalam dunia usaha muncul berbagai kaitan terhadap pengolahan dunia usaha itu sendiri, terutama berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Salah satu wacana yang muncul adalah lahirnya terminologi tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Perusahaan harus mampu memperhatikan keadaan sosial dan tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga muncul suatu konsep akuntansi dengan penilaian pertanggung jawaban sosial serta menilai kinerja sosial perusahaan secara menyeluruh, yaitu akuntansi pertanggung jawaban sosial (*Social Responsibility Accounting*). Implementasi *Social Responsibility Accounting* didalam perusahaan dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) yang disosialisasikan kepada

masyarakat melalui pengungkapan *corporate social responsibility* pada laporan tahunan perusahaan.

Persoalan *corporate social responsibility* sebenarnya tidak perlu muncul jika pihak-pihak legislatif, eksekutif dan pelaku usaha di Indonesia memahami prinsip *Corporate Social Responsibility* itu sendiri. Prinsip *Corporate Social Responsibility* pada negara lain, seperti Uni Eropa, Amerika dan lain sebagainya dilaksanakan atas dasar kesukarelaan (*Voluntary*), bukan didasarkan atas kewajiban yang bersifat *Mandatory*. Menurut John Elkington's (1997) menegaskan bahwa pada "prinsipnya *Corporate Social Responsibility* ini merujuk pada 3 (tiga) aspek yaitu Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan. Kemudian ketiga aspek ini dikenal dengan istilah "*Triple Bottom Line*" yang harus dijadikan sebagai acuan dalam aktivitas suatu perusahaan.

Kegiatan tanggung jawab sosial yang bersifat sukarela sangat perlu diungkapkan pada laporan tahunan, yang dimana sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerja keuangan maupun laba pada perusahaan tersebut. Sejak tanggal 23 September 2007, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mulai diwajibkan melalui UU Perseroan Terbatas Nomor 40 Pasal 74 Tahun 2007, dinyatakan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha yang berhubungan dengan sumber daya alam melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pada pasal 66 ayat 2c UU No. 40 Tahun 2007, menyatakan bahwa semua perseroan wajib untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan. Pengungkapan informasi pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* telah dianjurkan dalam

PSAK No. 1 tahun 2009 tentang Penyajian Laporan Keuangan, bagian tanggung jawab atas Laporan Keuangan paragraf 09.

Ada enam manfaat bisnis yang dapat diperoleh perusahaan melakukan *Corporate Social Responsibility*, yaitu (1) untuk meningkatkan pengaruh citra merek perusahaan; (2) meningkatkan pangsa pasar dan penjualan; (3) memperkuat positioning merek, (4) meningkatkan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan, memotivasi, dan mempertahankan kesetiaan para pekerja; (5) penurunan biaya operasi; dan (6) meningkatkan daya tarik investor, kreditur, dan analisis keuangan, (Lako, 2011).

Menurut Hadi dan Sabeni(2013) adalah salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan dari laporan tahunan perusahaan adalah pengaruh dari kepemilikan sahamnya. Kepemilikan saham mempengaruhi aktivitas dan keadaan perusahaan sebagai salah satu pemegang saham. Sebagian besar penelitian memberikan bukti mengenai pengaruh kepemilikan saham terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, hal ini sejalan dengan prinsip transparansi yaitu perusahaan dengan kepemilikan institusi dan asing yang tinggi akan memiliki tekanan lebih tinggi untuk mengungkapkannya. Penelitian oleh Hasibuan(2011) menjelaskan bahwa semakin tinggi rasio kepemilikan publik di level / perusahaan diprediksi akan melakukan pengungkapan yang lebih luas. Ini terkait dengan tekanan dari pemegang saham, sehingga perusahaan lebih memperhatikan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat.

Menurut Puspitasari (2013), dalam memegang perusahaan yang terdapat investor asing dan manajemen yang baik dalam operasi perusahaan sehingga memungkinkan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Pada dasarnya, kepemilikan saham suatu perusahaan terdiri dari, yaitu kepemilikan saham asing, kepemilikan saham dalam negeri, kepemilikan saham manajerial dan kepemilikan saham institusional. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa, kepemilikan saham asing yaitu jumlah saham yang dimiliki oleh pihak asing (Luar Negeri) baik individu atau lembaga, sedangkan kepemilikan saham dalam negeri yaitu jumlah saham yang dimiliki oleh individu atau lembaga yang berasal dari dalam negeri.

Kinerja keuangan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, kinerja keuangan dapat dilihat dengan tingkat investasi pada suatu perusahaan. Kinerja keuangan adalah suatu keharusan agar saham tetap eksis dan diminati oleh investor. Berdasarkan perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan profit perusahaan. Perusahaan akan dapat legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang melalui penerapan *Corporate Social Responsibility* (Macmunah, 2005). Suatu perusahaan yang mempunyai profitabilitas yang tinggi seharusnya melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan secara transparan. Namun pada realitanya masih banyak perusahaan yang belum melaksanakannya secara transparan. Masyarakat berharap bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap investor dan manajemen, tetapi juga kepada masyarakat luas

(Yuniasih dan Wirakusuma,2008). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Santioso dan Chandra (2012)menunjukkan bahwa hasil tersebut mempengaruhi kinerja keuangan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Manajemen laba digunakan untuk melihat seberapa besar potensi penggunaan manajemen akrual dengan tujuan memperoleh keuntungan pribadi. Menurut Amanda(2009:6),perusahaan berusaha untuk menampilkan laporan keuangannya secara maksimal, tetapi hal tersebutmalah menimbulkan banyak manipulasi yang terjadi di dalam dunia usaha. Hasil peneiltian Mc Williams et al (2006)usaha yang memungkinkan dilakukan oleh manajer untuk mengamankan posisi mereka adalah dengan membuat dan melibatkan diri dalam kegiatan yang bertujuan untukmeningkatkan hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder* dan lingkungan sosial masyarakat, dalamhal ini *cooporate socialresponsibility*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mc Williams et al (2006) menyatakan adanya hubungan antara manajemen laba dengan pengungkapan *corporate social responsibility*.

Ukuran perusahaan dibagi menjadi tiga kategori, yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah dan perusahaan kecil. Perusahaan dengan kategori besar melakukan lebih banyak kegiatan yang menimbulkan dampak besar terhadap lingkungan. Perusahaan diharuskan untuk mengungkapkan informasi perusahaan dan mudah diakses oleh publik. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Chandra dan Santioso (2012) menyatakan adanya hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Fenomena yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial yaitu pada perusahaan rokok di Indonesia. Tanggung jawab sosial korporasi, atau yang lebih dikenal sebagai (*Corporate Social Responsibility*) adalah tanggung jawab yang harus ditunaikan oleh sebuah perusahaan terhadap efek yang terjadi akibat bisnis yang mereka lakukan. Efek tersebut meliputi efek terhadap lingkungan (ekologi) serta terhadap efek sosial.

Secara ringkas, *Corporate Social Responsibility* sebuah perusahaan sepatutnya menyentuh dulu hal-hal yang terkait dengan bisnis mereka secara langsung. Setelah kewajiban itu tunai, barulah perusahaan tersebut dapat melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* dalam bentuk lain. Namun sayangnya di Indonesia penerapannya bergeser sangat jauh. Di Indonesia, *Corporate Social Responsibility* lebih sering dimaknai sebagai sumbangan dana oleh perusahaan untuk kegiatan yang sifatnya non-profit.

Dalam konsep *Corporate Social Responsibility*, kegiatan itu disebut tanggung jawab filantropis. Tanggung jawab ini adalah bagian puncak pada Piramida Carroll yang menggambarkan struktur *Corporate Social Responsibility*. Artinya, sebenarnya ada berbagai tanggung jawab lain yang lebih mendasar yang harus ditunaikan perusahaan, yaitu tanggung jawab ekonomi, tanggung jawab hukum, dan tanggung jawab etis. Sayangnya, ketiga jenis tanggung jawab itu sering diabaikan.

Bukan hanya diabaikan, ketiga jenis tanggung jawab itu sering dimanipulasi. Banyak perusahaan yang mengeluarkan uang untuk filantropi,

kemudian menjadikannya sebagai senjata untuk *public relation*. Iklan-iklan yang memberitakan kegiatan filantropi itu diproduksi, untuk membangun citra bahwa perusahaan itu adalah perusahaan yang baik, banyak menyumbang untuk kepentingan masyarakat. Karena itu pengabaian perusahaan terhadap berbagai tanggung jawabnya menjadi luput dari perhatian.

Dalam hal industri rokok, ada begitu banyak tanggung jawab sosial yang mereka abaikan. Yang pertama dan utama adalah tanggung jawab terhadap efek rokok pada kesehatan manusia, baik perokok maupun orang-orang di sekitarnya. Alih-alih bertanggung jawab, industri rokok cenderung membantah efek rokok terhadap kesehatan. Mustahil kita bisa menyaksikan ada perusahaan rokok yang menyantuni perokok yang sakit akibat merokok.

Industri rokok juga tutup mata terhadap perokok di bawah umur. Alih-alih melakukan usaha mencegah anak-anak remaja merokok, industri rokok justru menjadikan mereka sebagai target pemasaran.

Yang tak kalah penting adalah tata krama para perokok. Di Indonesia masih sangat banyak perokok mengabaikan tata krama. Orang bisa merokok di sembarang tempat, seperti dalam angkutan umum, atau tempat umum. Lalu mereka dengan enteng membuang puntung rokok sembarangan, menjadi sampah yang mengotori lingkungan. Yang lebih mengerikan, ada banyak perokok yang dengan enteng menyulut rokok di depan anak-anaknya, menjadikan mereka perokok pasif.

Apa yang dilakukan industri rokok terhadap hal itu? Tidak ada. Mereka menghabiskan entah berapa puluh miliar uang setiap tahun untuk berbagai iklan dan sponsor. Adakah yang memberi pendidikan kepada para perokok? Tidak.

Yang terjadi di Jepang menurut saya bagus untuk dijadikan teladan. Di Jepang kita tidak akan menemukan iklan rokok dalam siaran TV, dalam arti iklan yang mengajak orang untuk membeli rokok. Atau, iklan yang membangun citra baik untuk perokok. Perusahaan rokok Japan Tobacco menyiarkan iklan di TV, tapi tidak untuk mengiklankan rokok. Perusahaan itu menyiarkan iklan yang mendidik perokok untuk menjaga tata krama ketika merokok. Misalnya, mengingatkan orang soal bahaya lentingan api rokok atau gangguan asap bagi orang lain.

Pernahkah itu dilakukan oleh industri rokok Indonesia? Tidak. Mereka tidak peduli terhadap efek apapun yang terjadi, sebagai akibat produk bisnis mereka. Mereka lebih fokus pada kegiatan filantropi, melalui klub olah raga, pemberian beasiswa, dan lain-lain. Kasarnya, mereka menyogok masyarakat dengan sumbangan-sumbangan, dengan mengabaikan tanggung jawab yang lebih fundamental.(www.detiknews.com).

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan oleh perusahaan yang ada, sebagai industri yang harus juga memperhatikan lingkungan alam, sumber daya manusia dan masyarakat yang berinteraksi langsung dengan wilayah industri. Serta perusahaan juga akan lebih diuntungkan apabila kualitas produktivitas didukung dengan lingkungan yang memadai.

Dari penjelasan di atas, perlu diketahui bahwa pengungkapan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan memang perlu dilakukan. Hasil penelitian berbeda dari penelitian sebelumnya yang membuat penulis ingin melakukan penelitian yang berkaitan dengan pengaruh kepemilikan Saham, kinerja keuangan, manajemen laba dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2014- 2017).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah kepemilikan saham berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
2. Apakah kinerja keuangan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
3. Apakah manajemen laba berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris :

1. pengaruh Kepemilikan Saham terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
2. pengaruh kinerja keuangan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
3. pengaruh Manajemen Laba terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
4. pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan/manfaat antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen perusahaan untuk mengetahui tentang pengaruh kepemilikan saham, kinerja keuangan, manajemen laba dan ukuran perusahaan dalam memprediksi kondisi pengungkapan *corporate sosial responsibility* sehingga perusahaan dapat mengambil kebijakan untuk melakukan tindakan perbaikan ataupun pencegahan.

2. Bagi Pihak Eksternal

Memberikan pemahaman tentang kondisipengungkapan *corporate sosial responsibility* suatu perusahaan untuk membantu pihak eksternal seperti investor dan kreditor dalam pengambilan keputusan.

3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan mengenai kondisi pengungkapan *corporate social responsibility* suatu perusahaan serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari 5 bab, antara lain :

BAB I : Berisi pendahuluan yang menerangkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan

BAB II : Berisi telaah pustaka, yang meliputi landasan teori yang berkaitan dengan pembahasan masalah yang dapat digunakan sebagai dasar acuan penelitian, penelitian terdahulu yang memuat pembahasan hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : Berisi metode penelitian yang memaparkan populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, teknik pengujian data, teknis pengujian hipotesa dan uji hipotesis.