

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Tumbuh dan berkembangnya entitas bertujuan untuk meningkatkan *value* perusahaan yaitu biaya yang rela dikeluarkan oleh calon penawar bila entitas dijual. Entitas dengan *value* tinggi, membuat masyarakat percaya akan kinerja perusahaan tersebut. Cara untuk meningkatkan *value* perusahaan yaitu salah satunya dengan menumbuhkan citra dan persepsi yang baik di mata para pemegang saham. Dalam memperoleh citra yang baik, perusahaan perlu melakukan kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan pengakuan kredibilitas masyarakat yang mana sebagai pengguna produk perusahaan tersebut. Perusahaan dalam menjalani kegiatan usahanya tak bisa lepas dari masyarakat serta lingkungan sekitarnya. Atas dasar ini kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitar sangat penting, baik dari segi sosial maupun ekonomi dan juga turut andil dalam menjaga lingkungan di wilayah perusahaan itu beroperasi.

Secara teoritis menurut Mallouh dan Tahtamouni (2018) *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen organisasi bisnis pada masyarakat sekitar tempat mereka beroperasi. Komitmen tersebut dapat terwakili dengan melakukan berbagai kegiatan sosial. Kegiatan tersebut mungkin melibatkan perlindungan lingkungan, memerangi pencemaran dan penyediaan kesempatan kerja bagi anggota masyarakat setempat. Komitmen tersebut juga dapat terwakili dengan melibatkan inisiatif berbasis komunitas dan mendukung pekerjaan sukarela. Dengan kata lain, tanggung jawab sosial mengacu pada komitmen organisasi bisnis terhadap masyarakat. Dalam hal ini perusahaan tidak bisa hanya sekedar mengedepankan keinginan pengelola dan pemberi modal (investor dan kreditor) dari segi keuntungan finansial saja, namun juga dibutuhkannya kepedulian terhadap berbagai pihak yang terlibat demi kelancaran usaha tersebut.

Menurut Tran (2018) pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komunikasi organisasi bisnis perihal efek sosial serta lingkungan yang dihasilkan dari kegiatan ekonominya pada pihak-pihak kepentingan tertentu serta pada masyarakat luas. Penyampaian informasi mengenai CSR dituang dalam pengungkapan berbentuk laporan yang disampaikan dalam *annual report* perusahaan. Pengungkapan CSR adalah bagian dari akuntansi pertanggungjawaban sosial dimana entitas menyampaikan atau memberi informasi terkait sosial kepada para pemangku kepentingan (Suaryana dkk, 2015). Pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan dituangkan di *annual report* karena menjadi media yang dapat mengkomunikasikan tanggung jawab sosial kepada pihak-pihak eksternal. Investor ingin berinvestasi di perusahaan-perusahaan yang memiliki kesan baik di mata pihak eksternal, yang salah satunya dapat dibangun dengan mengungkapkan CSR.

Pentingnya pertanggungjawaban sosial dan lingkungan ini membuat pemerintah untuk membuat peraturan yaitu UU No. 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas Pasal 74. Pada pasal ini dinyatakan perseroan yang menjalani kegiatan usaha yang berhubungan pada SDA harus menjalani tanggung jawab sosial serta lingkungan, dan jika tak menjalankannya perseroan dapat terkena hukuman sesuai peraturan perundang-undangan. Dan menurut Pasal 66 ayat (2) poin c, dinyatakan bahwa *annual report* yang dilaporkan perseroan harus berisi laporan terkait pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Walaupun pemerintah sudah menerbitkan aturan terkait praktik dan pengungkapan CSR, perusahaan dalam mengungkapkannya masih bermacam-macam dari yang memiliki performa yang baik hingga yang tidak menjalani pelaksanaan CSR dengan baik. Menurut penelitian Putri *et al.* (2012), perusahaan yang mendapat ISRA (*Indonesia Sustainability Report Awards*) periode 2010 hingga 2012, pengungkapan yang dilakukan memiliki rata-rata 85,66%. Dan berdasarkan hasil penelitian dari beberapa penelitian terdahulu, dalam tabel 1 terlihat rata-rata pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan publik dari beberapa bidang industri masih dibawah 50%.

Tabel 1. Variasi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Publik di Indonesia

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Periode Penelitian	Sampel	Mengungkapkan CSR
1	Purwanto (2011)	2009	Perusahaan Non-Keuangan Terdaftar di BEI	19,84%
2	Santioso & Chandra (2012)	2008-2010	Perusahaan Manufaktur Terdaftar di BEI	40,5%
3	Laksmitaningrum & Purwanto (2013)	2009-2011	Perusahaan Manufaktur Terdaftar di BEI	29,57%
4	Arif & Wawo (2016)	2011-2013	Perusahaan Manufaktur Terdaftar di BEI	46,88%
5	Wasito <i>et al.</i> (2016)	2013-2014	Perusahaan di BEI	37,81%
6	Wartyna & Apriwenni (2018)	2013-2016	Perusahaan Pertanian dan Pertambangan Terdaftar di BEI	15,84%
7	Ruroh & Latifah (2018)	2015-2016	Perusahaan Pertambangan Terdaftar di BEI	43,11%
8	Trinanda <i>et al.</i> (2018)	2016	Perusahaan Jasa Sektor Real Estate Terdaftar di BEI	17,90%

THATYA PUTRI ANDIRA, 2021

PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, LIKUIDITAS DAN KEPEMILIKAN ASING TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Akuntansi S1

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

9	Arita & Mukhtar (2019)	2014-2018	Perusahaan Makanan dan Minuman Terdaftar di BEI	36,88%
10	Dewi & Sedana (2019)	2014-2017	Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia Terdaftar di BEI	13,49%

Loh & Thomas (2018) melakukan studi mengenai *Sustainability Reporting* di negara ASEAN yakni, Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapore, dan Thailand. Studi ini memperlihatkan rata-rata pengungkapan CSR yaitu dengan topik ekonomi, sosial serta lingkungan pada 100 perusahaan dari masing-masing negara pada tahun 2017 sampai Mei 2018. Untuk negara Indonesia dalam pengambilan data sampel digunakan perusahaan-perusahaan yang telah tercantum dalam BEI. *Global Reporting Initiatives (GRI)* digunakan sebagai standar dalam mengukur tingkat pengungkapan ini. Hasil dari studi ini dihasilkan bahwa negara Indonesia merupakan negara terendah dalam melakukan pengungkapan dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya, data terkait hal ini bisa diamati dalam tabel 2.

Tabel 2. Tingkat Pengungkapan Topik Ekonomi, Lingkungan, dan Sosial

	Indonesia	Malaysia	Filipina	Singapore	Thailand
Rata-Rata Pengungkapan Ekonomi	53.00%	57.60%	56.20%	57.50%	56.50%
Rata-Rata Pengungkapan Lingkungan	40.60%	54.40%	48.10%	50.80%	48.90%

Rata-Rata Pengungkapan Sosial	52.10%	60.60%	52.10%	55.70%	56.30%
--------------------------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Sumber: Sustainability Reporting in ASEAN Countries, 2018

Pelanggaran praktik CSR yang dilakukan perusahaan yaitu seperti pada berita dari media online goriau tahun 2019 yang memberitakan bahwa pada tanggal 15 Juli 2019 PT Indofood Tbk di Medan, Sumatera Utara dilakukan pemeriksaan dadakan terhadap pabrik mie instan miliknya dan ditemukan adanya Bahan Berbahaya dan Beracun (B3) di sekitaran lingkungan pabrik. Selain itu di pabrik tersebut tidak ditemukan Tempat Pembuangan Sementara (TPS) sisa produksi, maka sisa produksi yang tidak digunakan lagi tidak jelas akan dibawa kemana dan bagaimana cara pabrik memusnahkannya.

Selain itu menurut media online jatimtimes pada tahun 2020 memberitakan masyarakat Ngajum, Kabupaten Malang protes keras terkait pencemaran limbah kotoran sapi pabrik susu PT Greenfields Indonesia yang dibuang ke sungai yang menjadi aliran air untuk kepentingan irigasi pertanian. Pencemaran ini berdampak buruk pada lahan pertanian warga dan membuat hasil panen menurun. Sudah empat tahun masyarakat merasakan limbah pabriknya, namun pihak pabrik tak pernah memberikan jalan keluar akan kerugian petani. Atas adanya pencemaran limbah PT Greenfields Indonesia, luasan lahan pertanian menjadi tidak maksimal, bahkan sejumlah petani mengalami gagal panen dan membuat rugi petani.

Dalam kasus-kasus ini terlihat bahwa kelalaian perusahaan terkait pertanggungjawaban lingkungan dapat berdampak negatif terhadap lingkungan sekitar. Sebagaimana yang telah diatur dalam perundang-undangan bahwa perusahaan wajib melaksanakan tanggung jawab sosial, seharusnya pelaku usaha meningkatkan kepedulian terhadap lingkungan dan melakukan analisis mengenai dampak lingkungan terkait tindakan dan kegiatan usaha yang dihasilkan perusahaan. Semakin berkembangnya zaman, semakin berkembangnya pula pola pikir masyarakat terhadap perusahaan. Kredibilitas sebuah perusahaan tidak hanya semata-mata dilihat dari perolehan keuntungan,

THATYA PUTRI ANDIRA, 2021

PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, LIKUIDITAS DAN KEPEMILIKAN ASING TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Akuntansi S1

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

kepedulian pada masyarakat dan lingkungan juga diperhatikan, dan hal ini dapat diungkapkan oleh perusahaan melalui pengungkapan CSR. Kepedulian perusahaan pada masyarakat dan lingkungan dapat meningkatkan kepercayaan serta dukungan baik kepada perusahaan. Dengan tingginya kepercayaan dan dukungan yang baik ini peluang keberlangsungan hidup perusahaan menjadi semakin besar.

Dibangunnya sebuah perusahaan memiliki tujuan utama yaitu mendapatkan profit/keuntungan yang maksimal. Menurut Nishanthini dan Nimalathasan (2013) Profitabilitas adalah tujuan utama dari sebuah bisnis, yang mengukur tidak hanya keberhasilan suatu produk, tetapi juga dari perkembangan pasarnya. Profitabilitas dapat mengukur efisiensi penggunaan aset perusahaan serta melihat kapabilitas entitas saat menghasilkan keuntungan. Entitas dengan keadaan finansial yang tinggi maka dinilai mampu melaksanakan pengungkapan CSR yang lebih luas.

Santioso dan Chandra (2012) melakukan penelitian terkait pengungkapan CSR dan salah satu variabel bebasnya adalah profitabilitas, dan dihasilkan profitabilitas berpengaruh pada pengungkapan CSR. Hal ini sependapat pada riset yang telah dilaksanakan Ruroh dan Latifah (2018). Entitas dengan keuntungan yang besar membuat manajer termotivasi dalam mengungkapkan penjelasan yang lebih detail, yang mana termasuk informasi mengenai kegiatan sosialnya. Keadaan ini juga untuk meyakinkan para investor mengenai tingkat keuntungan yang dimiliki perusahaan tersebut.

Namun menurut hasil penelitian Putri *et al.* (2014), profitabilitas tidak berpengaruh atas pengungkapan CSR. Putri *et al.* berpendapat bahwa saat ini perusahaan-perusahaan telah mengerti akan pentingnya lingkungan serta sosial dan semata-mata tak sekedar mencari profit bagi perusahaan saja. Sejalan dengan hasil riset Nugroho dan Yulianto (2015), bahwa profitabilitas tak memiliki pengaruh atas pengungkapan CSR. Nugroho dan Yulianto mengungkapkan entitas dengan profitabilitas yang besar tidak perlu melakukan pengungkapan informasi terkait tanggung jawab sosial karena berasumsi bahwa pembaca sudah akan tertarik terhadap profit atau capaian kinerja yang

baik. Maka pengungkapan CSR sekedar hanya untuk melaksanakan aturan saja.

Menurut Kurnianingsih (2013) ukuran perusahaan ialah suatu skala yang berguna dalam mengategorikan besar kecilnya perusahaan. Luas pengungkapan informasi yang disampaikan perusahaan dapat dipengaruhi ukuran perusahaan. Besarnya ukuran perusahaan membuat kegiatan usaha yang dilakukan oleh perusahaan juga akan semakin kompleks dan selain itu juga akan memiliki lebih banyak *shareholder* serta publik lebih memerhatikan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan perusahaan. Maka perusahaan besar hendak memperoleh tekanan yang juga besar untuk memaparkan tanggung jawab sosialnya.

Berdasarkan hasil studi Rachman dan Nopiyanti (2015) ukuran perusahaan mempengaruhi pengungkapan CSR. Besarnya ukuran perusahaan hendak mempunyai aset yang semakin besar juga serta akan mengungkapkan pengungkapan CSR yang lebih banyak. Menurut Rachman dan Nopiyanti perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar maka kegiatan operasinya hendak lebih berdampak terhadap masyarakat. Selain itu *shareholder* juga akan lebih banyak, sehingga yang memerhatikan kegiatan sosial yang dilaksanakan perusahaan akan lebih diperhatikan. Namun menurut Pradnyani dan Sisdyani (2015) ukuran perusahaan tak memiliki pengaruh pada pengungkapan CSR.

Likuiditas ialah suatu parameter perihal kesanggupan perusahaan dalam melunasi seluruh hutang jangka pendek ketika jatuh tempo memakai aset lancar yang ada (Wasito *et al.*, 2016). Tingkat likuiditas tinggi yang dimiliki perusahaan akan dinilai baik secara kinerja. Sebaliknya, perusahaan dengan tingkat likuiditas rendah akan dinilai buruk secara kinerja perusahaan. Tingkat likuiditas perusahaan dapat menggambarkan dukungan dari lembaga keuangan dan kreditor. Tingginya tingkat likuiditas perusahaan diharapkan mampu memberikan kontribusi positif pada masyarakat melalui aktivitas sosial yang akan diungkapkan di *annual report* perusahaan.

Menurut hasil penelitian Wasito *et al.* (2016) mengenai pengungkapan CSR dan likuiditas yang menjadi salah satu variabel independennya, menghasilkan bahwa likuiditas berpengaruh positif pada pengungkapan CSR.

Maka ketika tingkat likuiditas makin tinggi, pengungkapan CSR yang dilaksanakan entitas juga akan ditingkatkan. Tingginya likuiditas entitas memperlihatkan kapabilitas dalam membayar hutang jangka pendek. Tingginya tingkat likuiditas entitas cenderung meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Tujuan entitas meningkatkan kegiatan tanggung jawab sosialnya ialah untuk meningkatkan citra di mata para *stakeholder* dan menghasilkan kepercayaan bahwa entitas juga turut andil dalam aktivitas sosial.

Berbeda dengan hasil penelitian Romadhona dan Wibowo (2020) yaitu likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Tingkat Likuiditas mencerminkan tingkat kesanggupan perusahaan saat melunaskan hutang jangka pendeknya. Keadaan ini menunjukkan mayoritas perusahaan lebih mengutamakan pelunasan kewajiban jangka pendeknya dibandingkan mengeluarkan *cost* untuk kegiatan tanggung jawab sosial. Hal ini dilaksanakan supaya perusahaan tampak mempunyai tingkat kesanggupan melunasi kewajiban yang tinggi.

Saat ini sudah banyak investor-investor asing yang melakukan investasi di perusahaan Indonesia. Hal ini membuat perusahaan-perusahaan dituntut untuk melakukan lebih banyak pengungkapan yang salah satunya pengungkapan terkait tanggung jawab sosial. Sebagai contoh negara-negara Eropa yang amat menaruh perhatian terkait isu sosial seperti HAM, edukasi, pegawai, dan lingkungan sebagai contoh efek rumah kaca, pembakaran liar, dan pencemaran air (Karima, 2014). Maka kepemilikan asing mempunyai dampak pada pengungkapan perusahaan terkait tanggung jawab sosial dan lingkungannya.

Berdasarkan penelitian Anggono & Handoko (2009), pengungkapan CSR dipengaruhi oleh kepemilikan asing. Dan menurut Yani & Suputra (2020) kepemilikan asing berpengaruh positif pada pengungkapan CSR, maka ketika kepemilikan asing perusahaan tinggi, pengungkapan CSRnya pun akan cenderung meningkat. Menurut Yani & Suputra ini disebabkan pihak asing yang dianggap lebih perhatian pada pengungkapan CSR, dan manajer pun hendak lebih berusaha dalam mengungkapkan CSRnya lebih luas lagi. Hasil

ini tak searah pada hasil riset Karima (2014) serta Abu Qa'dan Suwaidan (2019) yang mengungkapkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tak dipengaruhi kepemilikan asing.

Berlandaskan fenomena diatas terkait pengungkapan CSR serta hasil penelitian terdahulu perihal faktor-faktor yang berpengaruh pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility* memperlihatkan hasil riset berbeda-beda. Atas dasar inilah penelitian ini dilakukan atau karena adanya *gap research*, maka diperlukannya penelitian lebih lanjut terkait faktor-faktor yang memiliki pengaruh pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Pada penelitian ini diuji pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, likuiditas, serta kepemilikan asing terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan fenomena dan *gap research* yang telah dijabarkan diatas, peneliti membangun beberapa rumusan masalah diantaranya:

- a. Apakah profitabilitas memiliki pengaruh pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
- b. Apakah ukuran perusahaan memiliki pengaruh pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
- c. Apakah likuiditas memiliki pengaruh pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
- d. Apakah kepemilikan asing memiliki pengaruh pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?

I.3 Tujuan Penelitian

Berlandaskan perumusan masalah tersebut penelitian ini bertujuan:

- a. Untuk mengetahui secara empiris pengaruh profitabilitas pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- b. Untuk mengetahui secara empiris pengaruh ukuran perusahaan pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- c. Untuk mengetahui secara empiris pengaruh likuiditas pada

pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

- d. Untuk mengetahui secara empiris pengaruh kepemilikan asing pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

I.4 Manfaat Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat penelitian untuk penggunaannya. Manfaat yang ingin dicapai, yaitu:

- a. Aspek teoritis

Dapat memberi wawasan serta pengetahuan perihal faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, terutama profitabilitas, ukuran perusahaan, likuiditas serta kepemilikan asing.

- b. Aspek praktis :

- 1) Bagi Perusahaan

Temuan penelitian ini diharapkan bisa dimanfaatkan perusahaan menjadi bahan masukan kepada manajemen untuk lebih luas ketika mengungkapkan CSR, dengan melihat profitabilitas, ukuran perusahaan, likuiditas serta kepemilikan asing perusahaan. Dan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya lebih luas lagi sebagai pembuktian kontribusi perusahaan pada lingkungan.

- 2) Bagi Investor

Hasil temuan penelitian terkait beberapa faktor yang bisa memengaruhi pengungkapan CSR ini diharapkan bisa menjadi tambahan bahan penilaian investor saat membuat keputusan dalam berinvestasi di sebuah perusahaan.

- 3) Bagi Pemerintah

Diharapkan hasil dalam penelitian ini pemerintah bisa mengetahui sejauh mana sebuah perusahaan mengungkapkan CSR atau tanggung jawab sosialnya yang dapat dipengaruhi dari beberapa faktor dan pemerintah bisa melakukan pertimbangan terkait pembuatan standar pelaporan *Corporate Social Responsibility* yang selaras pada kondisi di Indonesia.