

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha pada dekade terakhir ini banyak dipengaruhi oleh adanya perubahan pada keadaan lingkungan ekonomi. Adanya perubahan tersebut memunculkan suatu paradigma baru di dunia usaha yang awalnya *profit oriented only* menjadi berorientasi pada tiga hal yang sering disebut dengan *Triple-P Bottom Line*, yaitu *profit*, *planet* dan *people*. Artinya, dalam menjalankan kegiatan bisnisnya perusahaan saat ini harus memiliki tanggung jawab sosial tidak hanya mencari laba. Menurut Nur & Priantinah (2012) mengungkapkan bahwa tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya.

Seiring dengan berjalannya waktu masyarakat tidak hanya sekedar menuntut perusahaan untuk menyediakan barang dan jasa yang diperlukan, melainkan setiap perusahaan berusaha membangun citra yang baik di masyarakat dengan memberikan perhatiannya kepada lingkungan, yang lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Semua perusahaan yang ingin tetap eksis dan memiliki keunggulan kompetitif maka menjadikan pertanggungjawaban sosial perusahaan sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Saat ini banyak perusahaan yang dianggap telah memberi kontribusi bagi kemajuan ekonomi dan teknologi tetapi perusahaan tersebut mendapat kritik karena telah menciptakan masalah sosial seperti polusi, penyusutan sumber daya, limbah, mutu dan keamanan produk.

Adanya dampak pada lingkungan tersebut mempengaruhi kesadaran masyarakat akan pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pengungkapan CSR merupakan suatu kewajiban bagi setiap perusahaan yang diatur dalam Undang-Undang RI No. 40 Tahun 2007 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan pada Pasal 74 ayat 1. Selain undang-undang PT yaitu: “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di

bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”, sehingga tidak ada lagi sebutan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility disclosure*) yang sukarela, namun luas pengungkapan yang wajib hukumnya. Jadi, setiap perusahaan wajib mencantumkan laporan tanggung jawab sosial di dalam laporan *annual report*. Selain itu ada juga Undang-Undang RI No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal pada pasal 15b yang menyatakan bahwa setiap investor berkewajiban melaksanakan pengungkapan CSR perusahaan.

Penjelasan pasal ini menyatakan bahwa yang dimaksud dengan CSR perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat. Pengungkapan informasi pelaksanaan kegiatan CSR juga telah dianjurkan dalam PSAK No. 1 tahun 2015 tentang Penyajian Laporan Keuangan, bagian tanggung jawab atas Laporan Keuangan.

Peraturan mengenai CSR telah diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas pada pasal 2 dijelaskan bahwa setiap perseroan selaku subyek hukum mempunyai tanggungjawab sosial dan lingkungan. Dan kemudian dijelaskan lagi pada pasal 3 ayat 1 bahwa tanggungjawab sosial dan lingkungan sebagaimana yang dimaksud dalam pasal 2 menjadi kewajiban bagi perseroan yang menjalankan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam.

Perlindungan konsumen memang sudah seharusnya menjadi isu penting dalam setiap transaksi jual beli barang dan jasa di negeri ini. Apalagi, jika produk yang ditawarkan merupakan produk yang memiliki potensi membahayakan konsumen jika komposisi dan cara penggunaannya tidak sesuai dengan aturan, misalnya produk-produk farmasi. Perlindungan konsumen produk farmasi ini setidaknya bertujuan untuk menghindarkan konsumen dari akses negatif pemakaian produk farmasi yang disediakan pelaku usaha. Selain itu, perlindungan konsumen juga dimaksudkan menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan

konsumen. Kesemuanya itu tentunya perlu dibarengi oleh kepatuhan dari pelaku usaha farmasi agar bertanggung jawab dalam menjalankan bisnisnya.

Kasus yang di ambil untuk di jadikan fenomena pada penelitian ini adalah dari PT Kalbe Farma pada 12 Februari 2015. Isu ini berkaitan dengan kasus yang menyeret PT Kalbe Farma dengan meninggalnya dua pasien di RS Siloam Lippo Karawaci, Tangerang, Banten, setelah menggunakan buvanest spinal. Buvanest spinal adalah produk cairan injeksi yang biasa dipakai untuk anastesi atau obat bius. Kandungan yang terdapat pada Buvanest spinal tidak sesuai label yang seharusnya. Obat bius bermerek dagang Buvanest yang berisi Bupivacaine yang diberikan diduga berisi obat lain, yakni Kalnex, merek dagang untuk Asam Tranexamat (obat untuk menghentikan pendarahan).

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) membekukan izin edar Buvanest Spinal, obat anastesi produksi PT Kalbe Farma, sejak Selasa 17 Februari 2015. BPOM juga telah menarik semua produk tersebut dan menginstruksikan produsennya, yakni PT Kalbe Farma untuk menghentikan produksinya menyusul kasus tersebut.

Dari hasil pengecekan yang dilakukan oleh BPOM ternyata banyak pelanggaran yang dilakukan oleh PT. Kalbe Farma seperti tidak adanya nama dagang, kode kadaluarsa, isi, produsen, hingga alamat produksi. Label obat tersebut tidak sesuai dengan isi cairan. Merek dagang produk Kalbe Farma diketahui tak tertulis, jelas hal ini telah melanggar aturan merek dagang dan registrasi produk Kalbe Farma yang dibekukan izin edarnya adalah seluruh Buvanest Spinal 0,5%, Heavy 4 ml. Sementara untuk Asam Tranexamat Generik 500 mg/Amp 5 ml *batch* No 629668 dan 630025, hanya ditarik dari peredaran.

Pihak Siloam Hospitals menegaskan tindakan operasi yang dilakukan sudah sesuai prosedur. GM of Corporate Communication and CSR Siloam Hospitals Group mengatakan sebelum dilakukan tindakan operasi, kedua pasien yang menjalani operasi *caesar* dan urologi ini diberikan obat anastesi Buvanest Spinal produksi Kalbe Farma. Biasanya dalam tindakan operasi, setelah diberikan obat anastesi, pasien langsung tertidur. Tetapi pada kasus ini, setelah disuntik obat tersebut kedua pasien mengalami gejala yang tidak lazim, seperti kejang-kejang,

sesak napas, dan gatal-gatal. Hal ini terjadi karena kandungan yang terdapat pada obat tersebut tidak sesuai.

Dengan terjadinya kasus yang dialami oleh PT Kalbe Farma Tbk, berdampak pada harga saham yang melemah. Harga saham KLBF turun sebesar 0,28 persen di posisi Rp 1.805 per saham di tengah penguatan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Sehari sebelumnya, Senin tanggal (16/2/2015) turun tajam hingga 3 persen. Saat penutupan akhir pekan lalu, saham KLBF ditutup di posisi Rp 1.850 per saham, dan saat perdagangan awal pekan ini, saham emiten ini menyentuh level terendahnya di Rp 1.795 per saham.

Dari kasus diatas tidak ada tanggungjawab yang dilakukan PT. Kalbe Farma kepada keluarga korban hanya dari pihak RS. Siloam telah datang ke rumah keluarga korban untuk berkomunikasi. Jika dilihat dari Kepemilikan Saham Publik PT Kalbe pada tahun 2015 menunjukkan peningkatan 3% dari tahun sebelumnya yaitu 43,29% pada tahun 2014 dan 43,32% Kepemilikan Saham Publik pada tahun 2015. Dan jika dilihat dari situs resmi perusahaan Kalbe mengungkapkan bahwa Kalbe memastikan bahwa informasi produk ditampilkan secara jelas untuk menghindari missinterpretasi, tetapi pada kenyataannya banyak kesalahan yang ditemukan dari kesalahan isi produk yang tidak sesuai label.

Seharusnya jika perusahaan ternyata jumlah kepemilikan saham publik meningkat dari tahun sebelumnya itu artinya saham masyarakat juga meningkat. Semakin tinggi pula perhatian masyarakat kepada perusahaan tersebut untuk melakukan dan mengungkapkan *corporate social responsibility* tetapi dalam kasus ini tidak ada tanggungjawab yang dilakukan perusahaan. Hubungannya dengan media *exposure* yaitu pernyataan yang diungkapkan perusahaan dalam website perusahaan adalah informasi produk ditampilkan secara jelas tetapi dalam kasus ini justru diakibatkan dari kesalahan pelabelan produk yang kandungannya tertukar dengan produk lain.

Kasus kedua yang dijadikan fenomena untuk penelitian ini adalah kasus PT Vale Indonesia Tbk pada tahun 2014 yang melakukan pencemaran akibat tumpahan minyak , di Perairan Lampia, Luwu Timur. Ratusan penduduk Desa Harapan dan Desa Pasi-Pasi, Kecamatan Malili, Kabupaten Luwu Timur, melakukan protes terhadap PT Vale Indonesia yang telah mencemari lingkungan.

Bukti telah terjadinya pencemaran lingkungan terlihat dari kerusakan pantai akibat munculnya bau minyak, residu berwarna gelap yang terhampar, dan gumpalan tar yang menghitam akibat penumpukan minyak di pantai dan kerusakan biologis laut akibat terpapar limbah minyak. Ekosistem perairan laut telah rusak karena tumpahan minyak oli jenis high sulphur fuel oil. Bukan hanya di Perairan Lampia, namun juga telah meluas ke perairan lain di sekitar Teluk Bone. Terlebih, kejadian tersebut merupakan kali ketiganya. Pertama tahun 2009, kedua tahun 2012, dan terulang tahun 2014 ini. Akibatnya banyak warga yang mengeluh akibat pendapatan mereka sebagai nelayan menurun drastis setelah laut tempat mereka menangkap ikan tercemari tumpahan minyak. Selama tiga kali pertemuan bersama PT Vale, yang difasilitasi pemerintah daerah, tidak ada kesepakatan. Permintaan masyarakat menginginkan kompensasi karena tumpahan oli untuk 277 keluarga nelayan di Desa Lampia dan 68 keluarga di Desa Pongkeru Rp 250 ribu di kalikan selama enam bulan, dianggap terlalu besar.

Jika dilihat dari profit perusahaan PT Vale Indonesia Tbk tahun 2014 sebesar 7,38% naik dari tahun sebelumnya yaitu pada tahun 2013 sebesar 1,69% dengan kenaikan profit perusahaan PT Vale Indonesia Tbk yang terjadi seharusnya mendorong perusahaan untuk melakukan CSR.

Profitabilitas merupakan Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Dengan tingginya profitabilitas yang didapatkan, tentu akan membuka peluang lebih besar kepada perusahaan untuk memberikan kontribusi terhadap lingkungan sosial mereka. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pengungkapan informasi sosial. Berbagai penelitian terkait dengan pengungkapan CSR menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa penelitian yang telah dilakukan menunjukkan adanya hubungan berpengaruh positif antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR perusahaan (Sari, 2012 dan Indraswari, 2015). Akan tetapi beberapa penelitian lainnya menunjukkan adanya hubungan yang tidak signifikan antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR (Reverte, 2009 dan Nur & Priantinah, 2012).

Faktor lain yang ingin diteliti adalah Kepemilikan publik. Kepemilikan Publik yang dimaksud adalah proporsi saham yang dimiliki masyarakat luas

dengan pihak manajemen. Kepemilikan saham oleh publik menggambarkan tingkat kepemilikan perusahaan oleh masyarakat publik. Variabel ini ditunjukkan dengan presentase saham yang dimiliki oleh publik dihitung dengan cara membandingkan antara jumlah saham yang dimiliki oleh masyarakat dengan total saham perusahaan yang beredar.

Kepemilikan publik dalam hal ini yang dimaksud adalah proporsi saham yang dimiliki oleh masyarakat dengan pihak internal perusahaan. Oleh karena itu, semakin tinggi porsi saham yang dimiliki oleh publik maka tingkat kelengkapan dan keluasan pengungkapan laporan akan tinggi pula. Beberapa penelitian yang menggunakan variabel Kepemilikan Publik memiliki hasil penelitian yang tidak konsisten. Beberapa penelitian yang telah dilakukan diantaranya adanya hasil yang berpengaruh antara Kepemilikan publik dengan Pengungkapan CSR (Indraswari, 2015) dan penelitian yang memiliki hasil tidak berpengaruh Kepemilikan Publik terhadap Pengungkapan CSR adalah (Badjuri, 2011 dan Rindawati, 2015).

Variabel Media *Exposure* masih jarang digunakan untuk menemukan pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengkomunikasian CSR melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Perusahaan bisa mengungkapkan aktivitas CSR melalui berbagai media. Berbagai studi yang dilakukan menunjukkan banyak cara yang dipilih oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan program CSRnya. Setidaknya ada tiga saluran utama yang dipakai yaitu melalui laporan sosial (*social report*), melalui laman (web) perusahaan dan melalui iklan.

Keuntungan utama web sebagai media komunikasi adalah bahwa web mempunyai dimensi ketepatan waktu. Informasi dapat dengan segera tersedia. Kemampuan menyediakan informasi kegiatan CSR secara cepat untuk dikonsumsi publik dan jangkauan global yang dimiliki oleh web memungkinkan informasi dapat diakses oleh berbagai pemangku kepentingan. Semua kelebihan tersebut membantu penyampaian informasi yang harus dikomunikasikan oleh perusahaan kepada pemangku kepentingan. Beberapa penelitian yang telah dilakukan diantaranya adanya hasil yang berpengaruh antara Media *Exposure* dengan Pengungkapan CSR (Reverte, 2009 dan Plorensia, 2015) dan penelitian yang

memiliki hasil tidak berpengaruh Media *Exposure* terhadap Pengungkapan CSR adalah (Nur & Priantina, 2012).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah periode data yang digunakan dalam penelitian ini tahun 2016 dan penelitian dilakukan dengan variabel independen yang berbeda dan variabel dependen yang sama untuk diuji kembali.

Karena masih banyaknya perbedaan dan ketidakkonsistenan dari hasil penelitian sebelumnya terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*, maka perlu diperlukan penelitian yang lebih mendalam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*.

Berdasarkan fenomena dan *gap research* seperti dijelaskan diatas, menimbulkan ketertarikan untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*. Adanya faktor yang akan diuji kembali yaitu Media *Exposure*, Profitabilitas dan Struktur Kepemilikan. Oleh karena itu penelitian ini ingin menguji Pengaruh Media *Exposure*, Profitabilitas dan Struktur Kepemilikan Terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2016)

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan di atas *bahwa Corporate Sosial Responsibility* merupakan salah satu unsur penting dalam sebuah perusahaan maka peneliti mengambil perumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah Media *Exposure* berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* ?
- b. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* ?
- c. Apakah Struktur Kepemilikan berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* ?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris bahwa:

- a. Untuk menguji Media *Exposure* berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*.
- b. Untuk menguji Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*.
- c. Untuk menguji Struktur Kepemilikan berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*.

I.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, diharapkan dapat memberikan manfaat keberbagai pihak, antara lain :

- a. Manfaat teoritis
Memberikan kontribusi bagi perkembangan studi akuntansi serta referensi untuk penelitian berikutnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *Corporate Sosial Responsibility*.
- b. Manfaat praktis
 - 1) Calon Investor
Memberikan informasi kepada investor sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan untuk menanamkan modal kedalam sebuah perusahaan dengan berbagai analisis dengan mempertimbangkan laba dan tanggung jawab perusahaan.
 - 2) Perusahaan
Hasil penelitian ini akan dijadikan sebagai dasar pertimbangan bagi perusahaan untuk memutuskan pentingnya perbaikan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan untuk meningkatkan kualitas perusahaan.
 - 3) Masyarakat
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan. Selain itu,

penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.

