

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Dewasa ini, dunia usaha tidak terlepas dari peran lingkungan dan masyarakat di sekitarnya. Tak dapat dipungkiri bahwa lingkungan dan masyarakat menjadi faktor penting dalam berkembangnya suatu perusahaan. Hubungan antar perusahaan dan masyarakat merupakan hubungan timbal balik (resiprokal) yang saling memberi dan membutuhkan. Seiring berkembangnya suatu perusahaan maka semakin besar peran lingkungan dan masyarakat di dalamnya. Kesadaran masyarakat akan peran perusahaan terhadap lingkungan sosial pun semakin meningkat. Oleh karena itu, tuntutan perusahaan terhadap lingkungan sosialnya semakin besar.

Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang tidak hanya berfokus pada peningkatan kualitas produk/jasa, tetapi juga menyadari dampak keberadaan perusahaan tersebut di lingkungan masyarakat. Hal ini membuat fokus perusahaan tidak hanya di catatan keuangannya (*single bottom line*) tetapi juga memperhatikan berbagai macam aspek seperti aspek keuangan (*profit*), aspek sosial (*people*), dan aspek lingkungan (*planet*) yang biasa dikenal dengan *triple bottom line*. *Triple Bottom Lines* merupakan suatu prinsip tanggung jawab sosial perusahaan atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perusahaan yang menjalankan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan memperhatikan dampak keberadaan perusahaan tersebut di lingkungan masyarakat dan berupaya untuk menghasilkan dampak yang positif.

Di Indonesia kegiatan *Corporate Social Responsibility* sudah diatur melalui Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) pasal 74 ayat 1 mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, yaitu: "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Oleh

karena itu, setiap perusahaan wajib mencatumkan laporan tanggung jawab sosial dan lingkungannya dalam *Annual Rerport*.

Dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di laporan tahunan perusahaan terdapat hal-hal yang diungkapkan seperti bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan. Hal ini dilakukan untuk mencerminkan tingkat akuntabilitas, responsibilitas, dan transparansi perusahaan kepada investor maupun *stakeholder*. Perusahaan semakin menyadari bahwa keberlangsungan hidup perusahaan bergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat di lingkungan perusahaan beroperasi. Hal ini sejalan dengan teori legitimasi (*legitimacy theory*) yang menyatakan bahwa perusahaan dan komunitas sekitarnya memiliki relasi sosial yang erat karena keduanya terikat kontrak sosial (Lako, 2011). Oleh karena itu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu cara perusahaan dalam membangun dan mempertahankan relasi dengan lingkungan masyarakat sekitar. Di Indonesia sendiri, pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* mendapatkan perhatian yang cukup besar. Dengan dilatarbelakangi oleh kasus yang terjadi seperti aduan masyarakat atas pencemaran lingkungan oleh limbah perusahaan, penggundulan hutan, eksploitasi sumber daya alam secara berlebihan, penyerobotan lahan, dan lain sebagainya.

Seperti pada kasus PT. Garuda Bumi Perkasa pada tahun 2017. Perusahaan yang terletak di desa Mulya Agung Simpang Pematang Mesuji ini tidak memenuhi kewajibannya kepada masyarakat. Perusahaan yang bergerak di pengolahan *Crude Palm Oil* (CPO) tersebut semenjak tujuh tahun berdiri dan beroperasi tidak pernah memberikan kompensasi kepada masyarakat yang tinggal di dekat pabrik tersebut.

Corporate Social Responsibility yang diatur dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 diduga sengaja diabaikan oleh perusahaan anak dari Tudung Group tersebut. Menurut Kepala Desa Mulya Agung perusahaan tidak pernah memberikan kompensasi dan mensejahterakan masyarakat Desa Mulya Agung. Pihak desa sudah berupaya untuk menyurati pihak perusahaan tetapi tidak ada tanggapan.

Perusahaan juga memberikan dampak negatif berupa limbah dari hasil kegiatan operasi perusahaan seperti air sungai yang tercemar limbah perusahaan terlebih saat musim hujan. (RD, newslampungterkini.com, 2017).

Berdasarkan kasus yang terjadi, untuk itu masyarakat membutuhkan informasi terkait dengan program *Corporate Social Responsibility* suatu perusahaan. Perusahaan dapat melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* sesuai dengan kewajiban tanggung jawab sosial yang diatur oleh Undang-Undang No. 40 Tahun 2007. Namun, dalam praktiknya kegiatan *Corporate Social Responsibility* dan pengungkapan yang dilakukan perusahaan seringkali tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku sehingga membuat berkurangnya kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan.

Selain harus menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga memiliki tanggung jawab untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilaksanakan. Pertanggung-jawaban dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* haruslah memberikan informasi yang relevan kepada lingkungan masyarakat sesuai dengan hasil pencapaian yang dilakukan oleh perusahaan kepada lingkungan masyarakat sekitar. Penyampaian informasi *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan akan meningkatkan kepercayaan masyarakat serta investor terkait tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Pentingnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam beberapa tahun belakangan ini membuat banyak peneliti yang melakukan penelitian mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Berdasarkan kasus yang terjadi, penulis memiliki ketertarikan untuk meneliti faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dalam usulan penelitian ini, penulis akan menguji variabel yang diduga memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yaitu ukuran perusahaan, struktur kepemilikan, dan dewan komisaris.

Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam *Annual Report*. Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya entitas bisnis. Pengaruh ukuran perusahaan

terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tercemin dalam teori agensi yang menyatakan bahwa perusahaan yang besar memiliki biaya agensi yang besar (Sari & Mimba, 2015), oleh karena itu perusahaan besar cenderung akan lebih banyak mengungkapkan informasi dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Priyadi (2013), Jianling, Lin, & Shujie (2013), Purnama, Atmadja & Darmawan (2014), Yingjun, Indra, Corrine (2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Namun penelitian yang dilakukan oleh Oktariani & Mimba (2014), Rindawati & Asyik (2015), dan Rahmayanty (2015) memiliki hasil yang bertolakbelakang yaitu ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Dewi & Priyadi menyatakan besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi luas pengungkapan informasi sosialnya. Karena perusahaan besar memiliki resiko yang lebih besar terhadap kerusakan lingkungan sosial dibandingkan dengan perusahaan kecil. Jianling, Lin & Shujie (2013) juga menyatakan perusahaan besar akan cenderung lebih banyak mengungkapkan informasi *Corporate Social Responsibility*. Purnama, Atmadja, & Darmawan (2014) menyatakan perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar sehingga untuk mengurangi biaya keagenan, perusahaan akan mengungkapkan informasi lebih luas. Selain itu Yingjun, Indra, & Corinne (2015) menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar akan cenderung tunduk kepada pengawasan publik sehingga pengungkapan informasi akan menjadi lebih besar.

Sedangkan menurut Oktariani & Mimba (2014) variable ukuran perusahaan yang diukur dengan total asset perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini didukung oleh pendapat yang menyatakan bahwa baik ukuran perusahaan yang besar atau kecil memiliki cara pandang tersendiri terhadap program *Corporate Social Responsibility* dan pengungkapannya. Rindawati & Asyik (2015) menyatakan bahwa besar kecilnya suatu perusahaan tidak mempengaruhi aktivitas *Corporate Social Responsibility*. Selain itu juga Rahmayanty (2015)

yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Faktor lain yang diduga mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah struktur kepemilikan. Proksi struktur kepemilikan yang diambil oleh penulis dalam penelitian ini adalah kepemilikan saham publik. Kepemilikan saham publik (*public shareholding*) merupakan proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh publik/masyarakat terhadap saham perusahaan. Pengaruh adanya faktor kepemilikan publik terhadap *Corporate Social Responsibility* tercemin dalam teori *stakeholder* dimana perusahaan memiliki hubungan yang erat kepada masyarakat sehingga semakin tinggi kepemilikan publik yang dimiliki perusahaan maka akan semakin besar pengungkapannya *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat maupun investor publik terhadap perusahaan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yung, Young, & Aleksey (2011), Indraswari & Astika (2014), dan Rahmayanty (2015) menyatakan bahwa kepemilikan saham publik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Aini (2015) dan Rindawati & Asyik yang menyatakan bahwa kepemilikan saham publik tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Indraswati & Astika (2015), menyatakan semakin banyak jumlah kepemilikan saham publik maka semakin rendah tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Rahmayanty (2015) menyatakan bahwa semakin besar saham yang dimiliki oleh publik, maka akan semakin banyak informasi yang harus diungkapkan oleh perusahaan.

Sedangkan Aini (2015) menjelaskan bahwa kepemilikan saham yang dimiliki publik tidak mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan. Rindawati & Asyik (2015) juga menyatakan bahwa besar kecilnya tingkat kepemilikan saham publik yang dimiliki oleh perusahaan tidak akan mempengaruhi indeks pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* juga memiliki kaitan erat dengan *Good Corporate Governance*. Salah satu unsur GCG yang dipakai adalah dewan komisaris yang diduga mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Peranan dewan komisaris sangat penting di dalam perusahaan. Dewan komisaris memiliki peran melakukan pengawasan terhadap aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan. Pengaruh dewan komisaris tercemin dalam teori legitimasi yaitu apabila semakin banyak jumlah dewan komisaris dalam suatu perusahaan maka tekanan dan pengawasan terhadap manajemen dalam mengungkapan *Corporate Social Responsibility* suatu perusahaan akan semakin tinggi sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan dan dukungan dari publik.

Penelitian yang dilakukan oleh Iswandika, Murtanto, & Sipayung (2014) menyatakan bahwa dewan komisaris memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini mengimplikasikan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris maka akan semakin mudah untuk melakukan pengawasan kepada CEO dan *monitoring* yang dilakukan akan semakin efektif.

Namun penelitian yang dilakukan oleh Ramdhaningsih & Utama (2013) juga Sha (2014) menjelaskan bahwa dewan komisaris tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Ramdhaningsih & Utama (2013) berpendapat bahwa berapapun jumlah dewan komisaris dalam suatu perusahaan tidak akan mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Dari hasil penelitian tersebut masih terdapat ketidak konsistenan hasil penelitian dari peneliti-peneliti terdahulu. Penelitian ini mengacu kepada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Sha (2014) yang berjudul pengaruh ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Perbedaan penelitian ini terdapat di penambahan variabel independen yaitu struktur kepemilikan. Sha (2014) menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), sedangkan penelitian ini menggunakan sektor *property, real estate* & konstruksi bangunan yang terdaftar di BEI. Alasan saya ingin

menggunakan sektor *property, real estate* & konstruksi bangunan karena dalam sektor *property, real estate* dan konstruksi bangunan program *Corporate Social Responsibility* sangat penting.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Kepemilikan, dan Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”** dengan alasan untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan, struktur kepemilikan, dan dewan komisaris memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan jasa di sektor *Property & Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sehingga, rumusan masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini terbatas pada:

- a. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
- b. Apakah struktur kepemilikan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
- c. Apakah dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang diuraikan diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Membuktikan pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- b. Membuktikan pengaruh struktur kepemilikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

- c. Membuktikan pengaruh dewan komisaris terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

I.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

- a. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam pengembangan ilmu ekonomi/akuntansi khususnya di bidang *Corporate Social Responsibility*.
2. Penelitian ini dapat menjadi referensi dan perbandingan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

- b. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan menjadi referensi untuk memberikan gambaran kepada perusahaan bahwa pentingnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, terutama pada perusahaan di sektor property real estate dan konstruksi bangunan yang ada di Indonesia untuk memperhatikan masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan.

2. Bagi Investor

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran tentang laporan keuangan dan laporan pertanggungjawaban sosial kepada calon investor sebagai acuan dalam pengambilan keputusan investasi.