

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bagian dari strategi modern perusahaan. Implementasi CSR yang dilakukan perusahaan merupakan bentuk tanggung jawab dalam menjalankan fungsi kewarganegaraan perusahaan dan upaya untuk memperoleh izin beroperasi. Perusahaan yang memposisikan nama baik sebagai aset tak berwujud untuk meningkatkan daya saing menuju terciptanya keberlanjutan perusahaan, menganggap CSR sebagai bagian yang penting (Yanti dan Budiasih, 2016). Menurut Azheri (2011, hlm.38) fakta menunjukkan bahwa perusahaan yang terlibat dalam kegiatan sosial akan memberikan keuntungan bagi perusahaan itu sendiri.

Tujuan perusahaan dalam melakukan aktivitas sosial adalah untuk meningkatkan hubungan sosial, memperluas jangkauan melebihi kepentingan ekonomi perusahaan dan sebagai bentuk investasi sosial. Investasi ini bertujuan untuk meningkatkan dan memperbaiki sumber daya internal serta kemampuan perusahaan. Dari sisi eksternal perusahaan, tanggung jawab sosial merupakan investasi yang dapat meningkatkan nama baik perusahaan (Barnas, dkk, 2016). Perusahaan yang dahulu dalam melaksanakan usahanya seringkali mengabaikan tanggung jawab sosial, saat ini mulai peduli dengan nilai-nilai sosial. Perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sosial akan memiliki citra yang baik dan dapat mengoptimalkan keuntungan bagi perusahaan (Indraswari dan Astika, 2015).

Di Indonesia kewajiban perusahaan dalam melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74, yang menjelaskan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usaha yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, kewajiban tersebut telah dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Perseroan akan dikenakan sanksi apabila tidak melaksanakan kewajiban.

Tanggung jawab sosial perusahaan juga diatur dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal Pasal 15 huruf (b) bahwa setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial menurut Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Pemerintah mengatur keikutsertaan BUMN melalui Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor PER-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil Dan Program Bina Lingkungan (PKBL). Pasal 2 menjelaskan (1) Persero dan Perum wajib melaksanakan Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan dengan memenuhi ketentuan yang diatur dalam peraturan; (2) Persero Terbuka dapat melaksanakan Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan dengan berpedoman pada Peraturan yang telah ditetapkan berdasarkan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Salah satu perusahaan yang melakukan CSR adalah PT Federal International Finance (FIF Group) dan mendapatkan kenaikan laba sebesar Rp1,81 triliun ditahun 2016, kenaikan laba ini sebesar 19,9% dari tahun 2016. Penerapan CSR yang dilakukan FIF Group merupakan strategi pengembangan bisnis perseroan untuk memberikan dampak positif dan menciptakan hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar sebagaimana yang tercantum dalam laporan tahunan FIF Group. Dilihat dari laporan tahunan FIF Group, laba perusahaan mengalami kenaikan terus menerus selama tahun 2016 sampai dengan tahun 2018.

Masalah mengenai kepedulian perusahaan terhadap lingkungan masih sering terjadi di beberapa wilayah. Pencemaran lingkungan terjadi Medan, Sumatra Utara disebabkan oleh pabrik milik PT. Indofood, dimana limbah minyak mie instan ini mengandung limbah bahan berbahaya dan beracun (B3) (Pujiyanto, 2019). Maka berdasarkan fenomena tersebut, ukuran perusahaan tidak mempengaruhi perusahaan untuk melakukan aktivitas sosial. PT. Indofood adalah perusahaan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), dimana memiliki kegiatan operasional yang besar dan seharusnya memiliki tanggung jawab untuk mengungkapkan informasi lebih luas dan terbuka.

Kasus lain yang sama terjadi di Kampung Sapiri, Kelurahan Bontomanai, Kecamatan [Bontomarannu](#) yang menyebabkan aliran irigasi warga tercemar dan berbau, akibat limbah pabrik tapioka milik PT. Mayora (Nurmin, 2017). Dilihat dari laporan keuangan tahunan PT. Mayora Indah Tbk mendapatkan kenaikan laba ditahun 2017 sebesar Rp.1.570 miliar dan pada tahun 2016 sebesar 1.346 miliar. Kenaikan laba ini, tidak menyebabkan perusahaan untuk melakukan aktivitas sosial kepada masyarakat dan lingkungan sekitar. Kepemilikan aset PT. Mayora Indah Tbk sebagian besar bersumber dari hutang yang mana jika dihubungkan dengan teori apabila aset yang dibiayai oleh hutang besar, maka kewajiban yang dimiliki oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan sosial besar. Hal ini bertujuan untuk meyakinkan pihak kreditor.

Hal yang sama terjadi di Bandung Barat tepatnya di Desa Gadobangkong, disebabkan oleh limbah PT Ultra Jaya Milk Industri Tbk yang mengeluarkan bau busuk membuat warga sesak nafas dan mual-mual. Limbah ini membuat suplai air yang diberikan kepada warga mengandung limbah yang tercemar sehingga membuat warga gatal-gatal (Haryanto, 2017). Maka berdasarkan fenomena tersebut, ukuran perusahaan tidak mempengaruhi perusahaan untuk melakukan aktivitas sosial. PT Ultra Jaya Milk Industri Tbk adalah perusahaan besar yang sahamnya telah dijual belikan di Bursa Efek Indonesia (BEI), dimana seharusnya terdapat ketentuan-ketentuan perusahaan untuk memperhatikan lingkungan sekitar.

Beberapa penelitian telah dilakukan terkait dengan pengungkapan CSR menunjukkan hasil beragam. Penelitian yang dilakukan oleh Indraswari dan Astika (2015), Dewi dan Sari (2019) dan Yanti dan Budiasih (2016) memberikan hasil bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang positif terhadap pengungkapan CSR. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Andriany, dkk (2017) dan Barnas, dkk (2016) menunjukkan hasil bahwa tidak terdapat pengaruh antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR.

Penelitian terkait ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR telah dilakukan oleh Indraswari dan Astika (2015), Dewi dan Sari (2019) dan Wagiu dan Mekel (2014) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap pengungkapan CSR. Berbeda dengan hasil penelitian yang

dilakukan oleh Pradnyani dan Sisdyani (2015) dan Andriany, dkk (2017) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh dengan pengungkapan CSR.

Penelitian terkait leverage dengan pengungkapan CSR yang telah dilakukan oleh Yanti dan Budiasih (2016) dan Andriany, dkk (2017) menunjukkan hasil bahwa leverage berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Swandari dan Sadikin, (2016) dan Wagiu dan Mekel (2014) menunjukkan hasil bahwa leverage memiliki pengaruh yang positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Pradnyani dan Sisdyani (2015) dan Irham, dkk (2018) menunjukkan hasil bahwa leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya memberikan hasil yang berbeda dan terjadinya fenomena-fenomena, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali tentang Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap pengungkapan CSR. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Barnas, dkk (2016) menggunakan Profitabilitas dan Ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR dengan unit analisis perusahaan manufaktur yang bergerak disektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2011-2014.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
2. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
3. Apakah Leverage berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dijelaskan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
2. Untuk menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
3. Untuk menganalisis pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

I.4 Manfaat Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemikiran yang kritis dan logis mengenai fenomena yang saat ini sering terjadi dan digunakan sebagai acuan bagi akademisi dan praktisi dalam meningkatkan pengetahuan keilmuan dan penerapannya dalam praktek dunia kerja. Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi bagi penelitian yang akan datang, khususnya mengenai profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage dan pengungkapan CSR.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai perkembangan ilmu akuntansi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan pertimbangan bagi perusahaan sebagai acuan dalam memberikaan kebijakan dalam melaksanakan tanggungjawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sekitar perusahaan yang dapat mempengaruhi nama baik perusahaan.

b. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan sebagai acuan dan bahan pertimbangan pemerintah dalam membuat kebijakan terkait tanggung jawab sosial perusahaan.

