

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

*Corporate Sosial Resonsbility* (CSR) merupakan suatu mekanisme yang di miliki oleh perusahaan untuk secara sadar mengintegrasikan perhatian pada lingkungan sosial ke dalam oprasi lain bersama interaksi dengan pemangku kepentingan, mekanime tersebut melampaui tanggung jawab sosial di bidang hukum. Pengertian *Corporate Sosial Resonsbility* (CSR) adalah konsep serta tindakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai tanggung jawab terhadap sosial serta lingkungan dimana perusahaan tersebut berdiri dan berkembang menjadi perusahaan besar. CSR merupakan bentuk kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dengan kegiatan menjaga lingkungan, membangun fasilitas umum dan program beasiswa kepada masyarakat kurang mampu serta memberikan bantuan dana untuk kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan.

Bantuan dana yang diberikan untuk kesejahteraan masyarakat pada umumnya dan masyarakat sekitar perusahaan ditunjukkan dalam kegiatan CSR. Lahirnya CSR perusahaan di dasari oleh MGDs atau *Millenium Development Goals* yaitu deklarasi millenium hasil kesepakatan 189 negara anggota PBB yang dimulai tahun 2000 dan mencapai pokok tujuan pada tahun 2015. Negara Indonesia merupakan Negara yang termasuk dalam deklarasi tersebut dan berkewajiban untuk melaksanakan poin-poin yang

disepakati yaitu mengenai pembangunan nasional. Berikut 8 pokok tujuan yaitu penanggulangan kemiskinan, pemerataan pendidikan, kesejahteraan gender dan pemberdayaan perempuan, penurunan angka kematian anak, peningkatan kesehatan ibu, memerangi HIV/AIDS, malaria dan yang lainnya, memastikan kelestarian lingkungan hidup, dan membangun kerjasama global.

Pokok tujuan dari CSR butuh dasar hukum agar berjalan dengan maksimal. CSR di Indonesia diatur dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat 1 Undang undang tersebut menyebutkan bahwa "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan". Dalam Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, pasal 15 (b) menyatakan bahwa "setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan". Manfaat CSR adalah meningkatkan citra perusahaan, memperkuat *brand* perusahaan, mengembangkan kerjasama dengan pemangku kepentingan, membedakan perusahaan dengan pesaingnya, meningkatkan harga saham maksudnya dengan kegiatan rutin CSR yang dilakukan maka masyarakat umum, kreditur, pemerintah akan semakin mengenal perusahaan dan akan meningkatkan harga saham.

Tanggung jawab sosial perusahaan dipengaruhi oleh banyak faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR, menurut Anggraini (2006) faktor-faktor yang mempengaruhi CSR antara lain ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, biaya politis. Menurut Wijaya (2012) faktor-faktor yang

mengungkap CSR antara lain ukuran dewan komisaris, *leverage*, ukuran perusahaan, profitabilitas, kinerja lingkungan. Menurut Nur dan Priantinah (2012) faktor-faktor yang mengungkap CSR antara lain profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, dewan komisaris, *leverage*, pengungkapan media. Menurut Dermawan dan Deitiana (2014) faktor-faktor yang mengungkap CSR antara lain ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris, pengungkapan media, kepemilikan saham publik.

Beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR dalam penelitian ini dipilih empat faktor yang mempengaruhi kegiatan CSR yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, biaya politis, dan *leverage*. Karena keempat faktor tersebut masih terdapat hasil penelitian yang berbeda, ditunjukkan pengaruh Ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR menurut Nur dan Priantinah (2012), dan Wijaya (2012) berpengaruh positif signifikan, sedangkan menurut Anggraini (2006) tidak berpengaruh. Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR menurut Fahrizqi (2010) berpengaruh positif signifikan, sedangkan menurut Dermawan dan Deitina (2014) tidak berpengaruh. Pengaruh biaya politis terhadap pengungkapan CSR menurut Anggraini (2006) berpengaruh positif signifikan, sedangkan menurut Agustina, Sulia, dan Rice (2017) tidak berpengaruh. Pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR menurut Saputra (2016) berpengaruh positif signifikan, sedangkan menurut Nur dan Priantinah (2012) berpengaruh negatif.

Pengaruh ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR. Menurut Riyanto dalam Dermawan dan Deitiana (2014) Ukuran perusahaan adalah besar atau kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai equitas, nilai penjualan, dan nilai total asset. Ukuran perusahaan digunakan untuk mengklasifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan besar memiliki aktivitas perusahaan yang banyak dan kompleks, memberikan dampak besar bagi masyarakat, memiliki banyak *shareholder*, serta mendapatkan perhatian dari kalangan publik, oleh karena itu perusahaan besar akan mendapat tekanan lebih untuk mengungkap tanggung jawab sosial.

Pengaruh profitabilitas dengan pengungkapan CSR. Profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan agar dapat menghasilkan laba berupa hasil bersih dari kebijakan-kebijakan manajemen, baik dalam mengelola likuiditas, asset maupun utang perusahaan (Brigham dalam Wijaya, 2012). Perusahaan yang mempunyai kondisi keuangan yang kuat dan mempunyai profit yang besar harus aktif melakukan CSR. Perusahaan akan mendapat tekanan dari pihak eksternal untuk dapat mengungkap pertanggung jawaban sosialnya secara luas. Perusahaan yang mempunyai profit besar harus aktif melakukan kegiatan CSR.

Pengaruh biaya politis dengan pengungkapan CSR. Menurut Watts dan Zimmerman dalam Arsanto (2016) menjelaskan bahwa biaya politis sendiri timbul dari konflik kepentingan antara perusahaan (manajer) dengan pemerintah sebagai kepanjangan tangan masyarakat yang memiliki

wewenang untuk melakukan pengalihan kekayaan dari perusahaan kepada masyarakat sesuai peraturan yang berlaku seperti *antitrust*, regulasi, subsidi pemerintah, pajak, tarif, tuntutan buruh, dan sebagainya. Menurut hipotesis biaya politis, besarnya biaya politik yang dihadapi perusahaan, maka manajer perusahaan tersebut akan memilih prosedur akuntansi yang dapat menghasilkan laba sekarang lebih rendah dibandingkan laba masa depan. Oleh karena itu semakin tinggi biaya politis yang dihadapi perusahaan maka semakin banyak mengeluarkan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial sehingga laba yang dilaporkan menjadi lebih rendah menurut Watt & Zimmerman dalam Anggraini (2006). Perusahaan yang memiliki orientasi pada konsumen akan member informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena akan meningkatkan image perusahaan dan berpengaruh pada penjualan. Biaya politis yang dikeluarkan perusahaan untuk kegiatan CSR sangatlah penting buat membangun image buat konsumen dan masyarakat.

Pengaruh *leverage* dengan pengungkapan CSR. *Leverage* adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai asset perusahaan (Wikandarto, 2017). Perusahaan yang mempunyai *leverage* yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut sangat bergantung pada pinjaman dari luar untuk membiayai assetnya. *Leverage* yang tinggi membuat perusahaan mengurangi kegiatan CSR nya, karena utang tinggi yang dimiliki perusahaan akan



mengurangi biaya-biaya lain (termasuk CSR) untuk membayar utang yang dimiliki.

Berdasarkan *research gap* diatas menarik peneliti untuk melakukan penelitian yang berjudul Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor Textile dan Garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

## 1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk memperjelas pembahasan yang akan di bahas dan agar tidak meluas dan menyimpang, perlu di buat batasan masalah, yaitu:

1. Fokus penelitian adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dipengaruhi oleh ukuran perusahaan, profitabilitas, biaya politis, *leverage*.
2. Objek penelitian adalah perusahaan manufaktur sektor tekstil dan garmen yang terdaftar dalam bursa efek Indonesia (BEI).
3. Tahun pengambilan data adalah tahun 2016-2019, karena Saya meneliti faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

## 1.3 Rumusan Masalah

Adanya tuntutan dari *stakeholder* tentang tanggung jawab sosial dan berdampak pada laporan tahunan sebuah perusahaan. Dari beberapa penelitian terdahulu tentang faktor-faktor yang mempengaruhi praktek pengungkapan sosial menunjukkan hasil yang berbeda-beda.

1. Apakah ukuran perusahaan mempengaruhi pengungkapan CSR ?
2. Apakah profitabilitas mempengaruhi pengungkapan CSR?
3. Apakah biaya politis mempengaruhi pengungkapan CSR?
4. Apakah *leverage* mempengaruhi pengungkapan CSR ?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR.
2. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan CSR.
3. Untuk menganalisis pengaruh biaya politis perusahaan terhadap pengungkapan CSR.
4. Untuk menganalisis pengaruh *leverage* perusahaan terhadap pengungkapan CSR.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan suatu kontribusi yang dibutuhkan pada pengembangan akuntansi keuangan, yaitu bagaimana kinerja keuangan perusahaan dapat mempengaruhi pengungkapan CSR.
2. Memberikan suatu kontribusi yang dibutuhkan pada pengembangan ilmu akuntansi manajemen, yaitu bagaimana pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan yang kemudian diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan.

3. Memberikan suatu kontribusi yang dibutuhkan pada pengembangan ilmu pada akuntansi keprilakuan, terutama mengenai faktor-faktor apa yang mendorong perilaku perusahaan untuk mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan perusahaan.

Memberikan suatu kontribusi praktis bagi manajemen perusahaan terutama sebagai suatu bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan sehubungan dengan penerapan CSR dalam operasional perusahaan dan penungkapannya dalam laporan perusahaan

