

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan perusahaan adalah salah satu perhatian utama perusahaan, dan UU No. 40 dari 2007 tentang perusahaan perseroan terbatas diberlakukan. Pasal 74 menetapkan bahwa perusahaan yang beroperasi dalam kaitannya dengan sumber daya alam harus memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan mereka. Perusahaan yang gagal mematuhi kewajiban ini akan dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan menangani masalah sosial dan lingkungan melalui pengembangan ekonomi berkelanjutan antara perusahaan dan pemangku kepentingan. Tentu saja, implementasi CSR juga membawa manfaat besar bagi keberlanjutan perusahaan, karena citra perusahaan dibentuk oleh para pemangku kepentingan.

Tanggung jawab terhadap lingkungan merupakan salah satu bentuk keterlibatan sosial atau tanggung jawab sosial perusahaan dalam mencapai tujuan bisnisnya. Munculnya peraturan pengelolaan lingkungan hidup memberikan bukti adanya tekanan pemerintah untuk mendorong perusahaan memperhatikan lingkungan sosialnya. Di sini, organisasi perusahaan dituntut untuk menjadi sukses dalam lingkungan yang berubah seperti sekarang ini. Perusahaan harus secara simultan mempertimbangkan banyak faktor yang

berbeda dalam aktivitas perencanaan dan pengendalian kegiatannya. Dimana hal ini dapat menunjukkan kinerja lingkungan (*environmental performance*) yang telah dibentuk perusahaan, dan tentunya diharapkan dapat menggambarkan tanggung jawab kinerja lingkungan (*environmental performance*) perusahaan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* atau *corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham.

Munculnya tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) tidak terlepas dari adanya pergeseran filosofis pengelolaan organisasi entitas bisnis. Pengelolaan organisasi yang semula didasarkan pada teori keagenan *agency theory* yaitu tanggung jawab perusahaan yang hanya berorientasi kepada pengelola (agen) dan pemilik mengalami perubahan kepada pandangan manajemen modern yang didasarkan pada teori *stakeholders*, yaitu terdapatnya perluasan tanggung jawab perusahaan dengan dasar pemikiran bahwa pencapaian tujuan perusahaan sangat berhubungan erat dengan pola lingkungan sosial dimana perusahaan berada (Rizal, 2010).

Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke operasinya dan interaksi dengan stakeholders, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum. Pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis. (Guthrie and Parker, 1990 dalam Sayekti 2007).

Menurut Lako (2011), CSR merupakan kewajiban asasi perusahaan yang tidak boleh dihindari. Dasar argumentasinya adalah teori akuntabilitas korporasi (*corporate accountability theory*). Menurut teori ini, perusahaan harus bertanggung jawab atas semua konsekuensi yang ditimbulkan baik sengaja maupun tidak sengaja kepada pemangku kepentingan (*stakeholder*). Secara khusus teori tersebut menyatakan CSR tidak hanya sekedar aktivitas kedermawanan (*charity*) atau aktivitas saling mengasihi (*stewardship*) yang bersifat sukarela kepada sesama seperti dipahami para pebisnis selama ini, tetapi juga harus dipahami sebagai suatu kewajiban asasi yang melekat dan menjadi “roh kehidupan” dalam sistem serta praktek bisnis.

Dalam Rizal (2010), pemikiran yang mendasari tanggung jawab sosial *corporate social responsibility* yang sering dianggap inti dari etika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban – kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham *shareholder* tapi juga kewajiban – kewajiban terhadap pihak – pihak lain yang berkepentingan *stakeholders*

yang jangkauannya melebihi kewajiban – kewajiban tidak hanya pada pemegang saham.

Tanggung jawab sosial korporasi, atau yang lebih dikenal sebagai CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah tanggung jawab yang harus ditunaikan oleh sebuah perusahaan terhadap efek yang terjadi akibat bisnis yang mereka lakukan. Efek tersebut meliputi efek terhadap lingkungan (ekologi) serta terhadap efek sosial.

Secara ringkas, CSR sebuah perusahaan sepatutnya menyentuh dulu hal-hal yang terkait dengan bisnis mereka secara langsung. Setelah kewajiban itu tunai, barulah perusahaan tersebut dapat melakukan kegiatan CSR dalam bentuk lain. Namun sayangnya di Indonesia penerapannya bergeser sangat jauh. Di Indonesia, CSR lebih sering dimaknai sebagai sumbangan dana oleh perusahaan untuk kegiatan yang sifatnya non-profit.

Wujud CSR bermacam-macam, dari pembangunan fasilitas umum, sumbangan dana bagi masyarakat di sekitar perusahaan dan bagi para pekerja, atau pelaksanaan kegiatan yang menunjang kesejahteraan masyarakat. Implementasi CSR juga dilatarbelakangi oleh adanya tekanan sosial, politik, ekonomi untuk memberikan perhatian dan kontribusi terhadap dampak sosial dan lingkungan akibat aktivitas perusahaan, terutama sektor manufaktur. Ada dua tujuan CSR, yakni terpenuhinya kepentingan *stakeholders* dan tercapainya pembangunan berkelanjutan.

Objek penelitian ini meneliti perusahaan manufaktur kelompok Food & Beverages (Makanan & Minuman) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia,

dengan periode penelitian tahun 2015 – 2018. Perusahaan makanan dan minuman sangat sensitif dengan isu-isu kerusakan lingkungan dan kecurangan, untuk itu jenis industri ini berusaha membuat komitmen untuk ikut berupaya melestarikan lingkungan terutama di seluruh lokasi dimana perseroan beroperasi melalui beberapa program yang berbasis lingkungan. Dengan demikian, penulis memberi judul penelitian ini: **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Financial Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Makanan Dan Minuman Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018)”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang di peroleh adalah sebagai berikut:

1. Apakah Ukuran Perusahaan (*Size*) berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman terdaftar di BEI tahun 2015-2018?
2. Apakah *Financial Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman terdaftar di BEI tahun 2015-2018?
3. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor industri

barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman terdaftar di BEI tahun 2015-2018?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah, Tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk menganalisis apakah Ukuran Perusahaan (*Size*) mempengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan Manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2015-2018.
2. Untuk menganalisis apakah Profitabilitas mempengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan Manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2015-2018.
3. Untuk menganalisis apakah *Financial Leverage* mempengaruhi pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan Manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2015-2018.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini, diharapkan akan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Kontribusi Praktisi

Peneliti ini berharap agar hasil dari studi ini digunakan untuk salah satu masukan bagi perusahaan akan pentingnya Pengungkapan Corporate Social

Responsibility (CSR) dan dapat digunakan untuk menciptakan lingkungan yang lebih baik.

## 2. Kontribusi Teoritis

Penelitian dari Ukuran perusahaan, profitabilitas dan *Financial leverage* terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) diharapkan dapat menambah wawasan ilmu dan pengetahuan bagi peneliti, pembaca dan para ilmuwan serta pihak terkait dan Sebagai informasi bagi penelitian – penelitian berikutnya.