

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Beberapa tahun terakhir, perkembangan dunia usaha mengalami peningkatan yang sangat pesat. Perkembangan tersebut ditunjukkan dengan banyaknya pembangunan-pembangunan di sektor industri atau pabrik. Berbagai jenis perusahaan terus bertambah dengan aneka produk, baik berupa barang maupun jasa yang ditawarkan kepada para konsumen. Kondisi ini berdampak pada banyak hal yang bersifat positif ataupun negatif.

Dilihat dari sisi pengaruh yang positif, perkembangan dunia usaha ini memberikan suatu keuntungan berupa peningkatan perekonomian masyarakat dan juga membuka lapangan pekerjaan yang akhirnya akan mengurangi angka pengangguran, serta memicu perkembangan dalam bidang teknologi, informasi, peningkatan sarana prasarana, serta bidang sosial lainnya. Selain itu juga, keuntungan merupakan salah satu tujuan yang ingin dicapai oleh semua perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan para pemegang sahamnya (*shareholder*).

Perusahaan berusaha menciptakan profit atau keuntungan semaksimal mungkin melalui kegiatan ekonominya tanpa mempedulikan dampak yang ditimbulkan dari aktivitas usaha yang dilakukan, maka dari itu perusahaan harus memiliki tanggung jawab sosial terhadap masyarakat sekitar agar perusahaan selalu didukung, sehingga perusahaan dapat terus beroperasi dengan lancar. Namun keadaan yang sesungguhnya, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada aspek keuntungan secara ekonomis saja, namun perusahaan juga harus memperhatikan dampak yang ditimbulkan terhadap aspek sosial dan lingkungan, terutama yang terkait dengan lingkungan sekitar pabrik, misalnya polusi udara yang ditimbulkan dari asap pabrik, polusi suara, dan pencemaran sungai yang disebabkan limbah pabrik. Berbagai dampak negatif ini secara langsung dan tidak langsung membuat banyak perusahaan berhadapan dengan tuntutan *stakeholder*, termasuk masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar lokasi pabrik.

Terkait dengan masalah lingkungan sekitar perusahaan, maka yang harus ditekankan dalam hal ini yaitu bagaimana perusahaan mampu meminimalisirkan masalah-masalah yang terjadi pada masyarakat akibat aktivitas yang dijalankannya. Perusahaan yang memahami bahwa tanggung jawab mereka bukan hanya memberikan kesempatan kerja serta menghasilkan produk-produk yang berkualitas dan terjangkau, akan tetapi akan lebih luas lagi perusahaan dapat memberikan manfaat

bagi lingkungan di sekitarnya sehingga secara tidak langsung perusahaan akan mendapatkan manfaat atas kepeduliannya terhadap lingkungan.

Banyaknya tuntutan dan harapan masyarakat mengenai peran perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sebagai upaya untuk membangun citra dan reputasi yang baik, serta sebagai wujud partisipasi perusahaan dalam pembangunan berkelanjutan untuk mengembangkan program kepedulian keseimbangan antara menghasilkan keuntungan, fungsi sosial, dan pemeliharaan lingkungan, maka hal tersebut merupakan alasan dari lahirnya konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR adalah salah satu aktivitas tanggung jawab perusahaan kepada para *stakeholder*, bentuk perhatian terhadap *stakeholder*-nya dengan cara memberikan perhatian serta kepedulian lebih terhadap lingkungan dan sosial, baik yang berhubungan langsung dengan aktivitas perusahaan maupun yang tidak berhubungan dengan aktivitas perusahaan.

Pada saat ini khususnya di Indonesia CSR dinyatakan lebih tegas dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007 pasal 74 tentang kebijakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dilihat dari sudut dasar hukum pelaksanaannya, CSR di Indonesia secara konseptual masih harus dipilih antara pelaksanaan konsumen yang dilakukan oleh perusahaan besar dan CSR yang dilakukan oleh perusahaan kecil dan menengah.

Selain terdapat Undang-Undang Perseroan Terbatas tentang kebijakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, pelaporan CSR secara umum di Indonesia telah tersedia dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 1 Tahun 2013 tentang Penyajian Laporan Keuangan. Peraturan-peraturan yang mengatur pelaksanaan dan pelaporan CSR telah ditetapkan, namun peraturan-peraturan tersebut tidak memberikan pedoman khusus mengenai informasi apa saja yang harus dilaporkan oleh perusahaan berkaitan dengan pelaksanaan CSR, sehingga pelaporan CSR masih dirasa kurang.

Perkembangan CSR di mancanegara sudah sangat populer. CSR dijadikan sebagai salah satu indikator penilaian kinerja perusahaan di beberapa negara, dengan melihat ada atau tidak informasi CSR pada laporan tahunan (*annual report*) perusahaan. Pada dasarnya, laporan keuangan merupakan referensi utama bagi para investor atau calon investor dalam menilai kinerja perusahaan dan sebagai pertimbangan untuk mengambil keputusan. Dalam beberapa tahun terakhir ini, pelaporan tanggung jawab sosial terdapat perhatian, khususnya dari kalangan investor. Namun, selama ini pengungkapan mengenai pelaporan CSR hanya berlatar kebutuhan perusahaan untuk membentuk *image* bahwa pandangan *stakeholder* perusahaan memiliki kepedulian terhadap lingkungan sosial dan lingkungan hidup. Selain itu, apa yang dilaporkan dan diungkapkan sangat beragam, sehingga

menyulitkan pembaca laporan tahunan untuk melakukan evaluasi. Hingga kini belum terdapat kesepakatan standar pelaporan CSR yang dapat dijadikan acuan bagi perusahaan dalam menyiapkan laporan CSR.

Penelitian yang terkait dengan CSR telah banyak dilakukan sebelumnya baik oleh para peneliti dalam negeri ataupun luar negeri. Namun yang perlu digaris bawahi, penelitian pada perusahaan *consumer goods* masih jarang dilakukan. Perusahaan *consumer goods* merupakan perusahaan yang paling dekat dengan kehidupan sehari-hari dalam masyarakat dan lingkungan, karena produk-produk yang dihasilkan banyak dikonsumsi untuk kelangsungan hidup masyarakat. Perusahaan *consumer goods* mencakup beberapa subsektor, yaitu subsektor makanan dan minuman, rokok, farmasi, kosmetik, dan peralatan rumah tangga.

Kondisi yang terjadi saat ini, banyak produk yang menjadi konsumsi masyarakat disalahgunakan, misalnya menjual kembali produk yang sudah kadaluarsa, pemberian zat-zat berbahaya dalam proses produksi maupun pemakaian zat formalin dalam proses pengawetan, dan peristiwa yang hampir menjadi sorotan masyarakat dalam bidang kosmetik yaitu banyaknya penambahan bahan merkuri atau zat berbahaya pada krim pemutih atau jenis kosmetik lainnya, tanpa memperhatikan keamanan dan dosis yang seharusnya diberikan. Keadaan ini seharusnya perusahaan *consumer goods* lebih memperhatikan terhadap masalah lingkungan karena perusahaan *consumer goods* sangat rentan dengan isu lingkungan yang akan berdampak besar pada masyarakat sebagai *stakeholder*.

Penelitian ini juga dilatarbelakangi oleh rendahnya kualitas dan kuantitas dalam pengungkapan CSR perusahaan di Indonesia, hal tersebut menjadikan penelitian ini penting serta membuat peneliti tertarik untuk meneliti pengungkapan CSR dikarenakan sangat besar peran dan manfaat dari CSR yang dipandang dapat digunakan sebagai alat untuk menentukan nilai tambah dan *image* perusahaan dimata *stakeholder*-nya dan investor yang akan menanamkan modalnya, akan tetapi pengungkapannya CSR perusahaan di Indonesia masih relatif rendah. Inilah yang menjadi permasalahan (fenomena *gap*) dalam penelitian ini.

Fenomena *gap* yang terjadi dikarenakan perusahaan-perusahaan di Indonesia belum mampu secara optimal melaksanakan tanggung jawab sosialnya terhadap lingkungan, masih berorientasi kepada kepuasan para pemegang sahamnya dan belum terlalu mempertahankan *stakeholder* perusahaan lainnya seperti pemasok, konsumen, pemerintah, lingkungan sosial sekitar perusahaan atau masyarakat sekitar. Selain itu, penelitian ini juga didorong karena adanya *research gap* atau inkonsisten dari hasil pada penelitian terdahulu.

Perusahaan yang hidup dan berkembang dalam lingkungan masyarakat memiliki tujuan untuk meningkatkan profitabilitas. Profitabilitas menunjukkan

seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang dapat meningkatkan jumlah pemegang perusahaan dan menghasilkan perusahaan. Selain itu, profitabilitas merupakan salah satu faktor yang perlu mendapat perhatian penting dalam kelangsungan perusahaan dan berpengaruh pada pengungkapan CSR. Perusahaan yang terlibat dalam aktivitas CSR dapat meningkatkan pendapatan dan profitabilitas. Keterlibatan perusahaan dalam aktivitas CSR merupakan salah satu strategi perusahaan untuk membangun reputasi mereka, dan membedakan produk mereka dari kompetitor.

Dalam penelitian Saputra (2016), Kusmawardani dan Sudana (2017) menyatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini berarti bahwa perusahaan dengan laba yang tinggi tidak secara signifikan akan mengungkapkan CSR yang lebih luas. Perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi belum tentu lebih banyak melakukan aktivitas sosial karena perusahaan lebih berorientasi pada laba semata. Namun, berbeda dengan hasil penelitian Armadi dan Astika (2016) menunjukkan bahwa variabel profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan profitabilitas dengan pengungkapan CSR menunjukkan hasil yang tidak konsisten.

Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang tinggi akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas. Pernyataan tersebut dapat dikaitkan dengan teori *stakeholder*, dimana perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi kepada para *stakeholder*-nya untuk menghilangkan keraguan dan menimbulkan kepercayaan akan kemampuan perusahaan karena keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* perusahaan tersebut. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Saputra (2016), Sumaryono dan Asyik (2017) *leverage* perusahaan berpengaruh positif terhadap jumlah pengungkapan CSR. Hubungan antara *leverage* dan luas pengungkapan CSR juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten, karena dalam penelitian Respati dan Hadiprajitno (2015) menunjukkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Dalam teori keagenan, pemisahan antara kepemilikan (pihak *principal*) dan pengendalian (pihak *agen*) menimbulkan perbedaan informasi diantara keduanya. Hal ini dapat memberikan kesempatan bagi manajemen untuk melakukan manajemen laba perusahaan. Manajemen laba dilakukan untuk menarik minat investor yang lebih tertarik dengan laba yang besar dan stabil. Sebagian pendapat menyatakan bahwa tindakan manajemen laba dikatakan hal yang masih dapat ditoleransi, tidak demikian dengan *stakeholder*. *Stakeholder* ingin memastikan bahwa investasi yang telah ditanamkan aman dan menghasilkan. Penelitian mengenai pengaruh manajemen laba

dan CSR telah beberapa kali dilakukan, diantaranya Mustika, *et al.* (2015) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen laba berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Namun, berbeda dengan hasil penelitian Sari dan Mimba (2015) bahwa manajemen laba tidak berpengaruh pada pengungkapan CSR.

*Media exposure* merupakan pengungkapan nilai baik dari perusahaan melalui kegiatan CSR menggunakan media perusahaan. Jika perusahaan ingin mendapat kepercayaan dan legitimasi melalui kegiatan CSR, maka perusahaan harus mempunyai kapasitas untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan berkomunikasi dengan para *stakeholder*-nya. Pengkomunikasian CSR melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat. Hal ini didukung oleh penelitian Respati dan Hadiprajitno (2015) menyatakan bahwa *media exposure* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pengungkapan CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Alfarizi (2016) juga menunjukkan hasil yang sama bahwa *media exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Perbedaan hasil penelitian yang terjadi dikarenakan beberapa alasan seperti perbedaan periode waktu penelitian, interpretasi peneliti terhadap laporan keuangan perusahaan atas variabel yang digunakan maupun perbedaan metode pengujian yang ditempuh oleh peneliti. Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena untuk memverifikasi ulang hasil penelitian terdahulu tentang profitabilitas, *leverage*, manajemen laba dan *media exposure* terhadap pengungkapan CSR. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Manajemen Laba dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2014-2016”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016 ?
2. Apakah *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016 ?

3. Apakah manajemen laba berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016 ?
4. Apakah *media exposure* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016 ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisa pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016
2. Untuk menganalisa pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016
3. Untuk menganalisa pengaruh manajemen laba terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016
4. Untuk menganalisa pengaruh *media exposure* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016

### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, penelitian ini diharapkan memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

#### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memverifikasi *stakeholder theory* dan *legitimacy theory* dalam studi mengenai profitabilitas, *leverage*, manajemen laba, dan *media exposure* yang diterapkan perusahaan serta pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR perusahaan.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkuat hasil-hasil penelitian sebelumnya berkenaan dengan pengaruh profitabilitas, *leverage*, manajemen laba dan *media exposure* terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu sumber referensi dalam melakukan penelitian pengungkapan CSR perusahaan.

## **1.4.2 Manfaat Praktis**

### **1.4.2.1 Bagi Pembuatan Kebijakan**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi bagi lembaga-lembaga pembuat kebijakan mengenai pengungkapan CSR pada setiap perusahaan (seperti Pemerintah, Bapepam, IAI, dan sebagainya).

### **1.4.2.2 Bagi Perusahaan**

Bagi perusahaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan terkait dengan permasalahan mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage*, manajemen laba, dan *media exposure* terhadap pengungkapan CSR perusahaan serta sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi dan meningkatkan kinerja manajemen berkenaan dengan pengungkapan CSR perusahaan.

### **1.4.2.3 Bagi Investor**

Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran tentang laporan keuangan dan laporan tanggung jawab sosial (laporan keberlanjutan) kepada calon investor untuk dapat dijadikan sebagai acuan pengambilan keputusan investasi, serta memberikan wacana baru kepada investor dalam hal pengambilan keputusan investasi untuk mempertimbangkan aspek tanggung jawab sosial, yang tidak hanya memperhatikan aspek ekonominya (keuntungan) semata.

### **1.4.2.4 Bagi Masyarakat**

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak yang harus diperoleh, disamping sebagai sarana menambah wawasan tentang pengungkapan CSR, serta dapat memberikan dorongan sebagai pengontrol atas perilaku perusahaan terkait dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan sekitar.

### **1.4.2.5 Bagi Pemerintah**

Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan untuk membuat suatu kebijakan mengenai kewajiban tanggung jawab sosial perusahaan untuk kepentingan bersama.

### **1.4.2.6 Bagi Akademisi**

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu sumber referensi dalam melakukan penelitian pengungkapan CSR bagi penelitian selanjutnya, serta diharapkan mampu untuk menambah wawasan studi mengenai profitabilitas, *leverage*, manajemen laba, dan *media exposure* yang diterapkan perusahaan serta pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR perusahaan.