

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi yang semakin berkembang, dimana tingkat kompetisi semakin tinggi dan ketat membuat perusahaan semakin termotivasi untuk mengembangkan bisnisnya. Hal ini dapat dilihat dari kondisi dimana dunia perekonomian sudah banyak mengalami perkembangan yang signifikan sehingga mendorong perekonomian nasional maupun internasional menuju perdagangan bebas dan semakin memperketat persaingan antar perusahaan. Setiap perusahaan akan dituntut untuk bisa menghadapi tantangan dan hambatan yang timbul dari adanya persaingan tersebut. Perusahaan diharapkan dapat menggunakan strategi yang tepat untuk mempertahankan kelangsungan bisnisnya.

Peran publik sangat dibutuhkan dalam hal keterbukaan informasi terutama bagi perusahaan yang sudah *go public*. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk dapat mengungkap segala informasi yang dimiliki secara lebih terbuka dan bertanggung jawab, selain itu juga perusahaan dituntut untuk dapat meningkatkan perhatiannya kepada lingkungan sosial bukan hanya bertujuan untuk mendapatkan laba yang setinggi-tingginya tanpa memperhatikan dampak yang muncul dalam kegiatan usahanya. Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal (investor dan kreditor) tetapi juga lingkungan dan masyarakat sekitar. Kesadaran masyarakat akan peran perusahaan

dalam lingkungan sosial pun semakin meningkat. Masyarakat dan *stakeholder* membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan telah melaksanakan aktivitas sosialnya, maka dari itu perusahaan diharapkan agar menerapkan program tanggung jawab sosial perusahaan atau yang biasa disebut dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu konsep akuntansi yang dapat membawa perusahaan untuk dapat melaksanakan tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan masyarakat. *Corporate Social Responsibility (CSR)* timbul sebagai akibat dari keberadaan perusahaan-perusahaan yang aktivitasnya selain memberi banyak manfaat tetapi juga dapat menimbulkan dampak negatif. Dampak negatif tersebut dirasakan oleh masyarakat sekitar yang berada dekat dengan perusahaan. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan bagian dari komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dengan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan yang disebut *triple bottom line*.

Di Indonesia, praktik *Corporate Social Responsibility (CSR)* telah mendapat perhatian yang cukup besar dari pemerintah terbukti dengan adanya beberapa regulasi, diantaranya adalah Undang-undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 bab V pasal 74 yang berisi : (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. (2) tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban

perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran. (3) perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. (4) ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab social dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah. Sedangkan, Pasal 66 ayat 2 berisi tentang bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial.

Dampak dari aktivitas sosial perusahaan yang berbeda-beda tergantung pada jenis atau karakteristik perusahaan. Dalam hal ini karakteristik perusahaan yaitu *size*, profitabilitas, solvabilitas, fluktuasi harga saham, dan proporsi *Good Corporate Governance* (GCG).

Faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah ukuran perusahaan atau *size*, dimana dalam pengambilan keputusan investasi, investor seringkali melihat besar kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan atau *size* merupakan variabel bebas yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Jika dihubungkan dengan teori agensi, dimana perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki publik demand akan informasi yang lebih luas karena sering disorot oleh para stakeholder dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil.

Hubungan antara variabel *size* dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam seperti menurut Dita Rohma (2015) melakukan penelitian dengan

judul pengaruh mekanisme corporate governance, ukuran perusahaan, dan profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan corporate social responsibility didalam laporan sustainability menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Heni Triastuti (2013) yang melakukan penelitian dengan judul pengaruh profitabilitas dan size perusahaan terhadap corporate social responsibility menyatakan bahwa Profitabilitas dan size perusahaan yang terdiri dari ROA dan Ln of total asset tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI.

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan alat untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Jika suatu perusahaan menghasilkan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi maka akan berpengaruh terhadap pengungkapan yang lebih luas salah satunya yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai salah satu upaya untuk meyakinkan pihak eksternal bahwa perusahaan berada dalam kondisi yang baik dan mempunyai keberlangsungan usaha atau *going concern*.

Hubungan antara variabel profitabilitas dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam seperti menurut Rizkia Anggita Sari (2012) menyatakan bahwa variabel profitabilitas perusahaan yang diukur dengan *Return on Asset* (ROA) berpengaruh positif terhadap CSRD, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Heni Triastuti (2013) menyatakan bahwa *Profitabilitas* dan *size*

perusahaan yang terdiri dari ROA dan *ln of total asset* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI.

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah solvabilitas. Solvabilitas merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam pendanaan asetnya. Solvabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek maupun kewajiban jangka panjang. Perusahaan yang mempunyai tingkat solvabilitas yang tinggi berarti sangat bergantung pada pinjaman luar untuk membiayai asetnya. Sedangkan perusahaan yang mempunyai tingkat solvabilitas yang lebih rendah lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri. Tingkat solvabilitas perusahaan, dengan demikian menggambarkan risiko keuangan perusahaan.

Hubungan variabel solvabilitas dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan hasil yang beragam seperti yang dilakukan oleh Indun Prasetianti Rahayu (2016), Penelitian ini berjudul Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Solvabilitas dan Likuiditas terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bahwa profitabilitas dan solvabilitas berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan CSR. Sedangkan Rahmi Galuh Rahajeng (2008) melakukan penelitian dengan judul faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan sosial (*social disclosure*) dalam laporan tahunan perusahaan menyatakan bahwa *solvabilitas* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial,

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah fluktuasi harga saham. Harga saham adalah nilai yang terbentuk di pasar surat berharga sebagai akibat dari penawaran dan permintaan saham suatu perusahaan. Fluktuasi harga saham adalah keadaan tidak menentu dimana kondisi naik turunnya harga saham yang terjadi di pasar saham atau bursa efek. Harga saham di pasar saham atau bursa efek ditentukan berdasarkan harga penutupan atau *closing price* karena harga tersebut merupakan harga terakhir ketika saham tersebut berpindah tangan saat diperdagangkan di pasar saham atau bursa efek. Hubungan variabel fluktuasi harga saham dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) belum banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu.

Aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak bisa terlepas dari penerapan *Good Corporate Governance* (GCG), kedua hal ini saling berkaitan satu sama lain. Implementasi dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bagian dari peran *Good Corporate Governance* (GCG). Pengaturan dan pengimplementasian *Good Corporate Governance* (GCG) memerlukan komitmendan keputusan bersama dari seluruh jajaran structural organisasi, dimulai dari penetapan kebijakan dasar dan seluruh tata kelola perusahaan serta penetapan kode etik yang dianut dan dipatuhi oleh semua pihak yang ada didalam perusahaan. Apabila sistem *Corporate Governance* yang terdiri atas Proporsi *Good Corporate Governance* (GCG) (dewan komisaris, dewan direksi, komite audit) dilaksanakan dengan mekanisme yang baik dan berpedoman sesuai dengan prinsip *Corporate Governance*, maka akan berdampak baik dalam

mengendalikan perusahaan. Selain itu mekanisme dan struktur Governance perusahaan dapat dijadikan sebagai pendukung terhadap praktik dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Hubungan variabel proporsi *Good Corporate Governance* (GCG) yang terdiri dari (ukuran dewan komisaris, ukuran dewan direksi, dan ukuran komite audit) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh penelitian terdahulu menunjukkan hasil yaitu oleh Pradnyani dan Sisdyani (2015) menyatakan Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan hasil yang beragam, atas dasar beragamnya hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu mendorong peneliti untuk melakukan penelitian kembali yang berjudul **“Pengaruh size, profitabilitas, solvabilitas dan fluktuasi harga saham terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dengan proporsi *good corporate governance* sebagai variabel moderating pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2015”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas dapat ditentukan permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah *size* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2015?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2015?
3. Apakah solvabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2015?
4. Apakah fluktuasi harga saham berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2015?
5. Apakah proporsi *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2015?
6. Apakah proporsi *Good Corporate Governance* (GCG) mampu memoderasi *size* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2015?
7. Apakah proporsi *Good Corporate Governance* (GCG) mampu memoderasi profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social*

Responsibility (CSR) pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2015?

8. Apakah proporsi *Good Corporate Governance (GCG)* mampu memoderasi solvabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2015?
9. Apakah proporsi *Good Corporate Governance (GCG)* mampu memoderasi fluktuasi harga saham terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2015?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis dalam melakukan penelitian masalah di atas adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisa pengaruh size terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2015?
2. Untuk menganalisa pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2015?
3. Untuk menganalisa pengaruh solvabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2015?

4. Untuk menganalisa pengaruh fluktuasi harga saham terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2015?
5. Untuk menganalisa pengaruh proporsi *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2015?
6. Untuk menganalisa kemampuan proporsi *Good Corporate Governance* (GCG) dalam memoderasi size terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2015?
7. Untuk menganalisa kemampuan proporsi *Good Corporate Governance* (GCG) dalam memoderasi profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2015?
8. Untuk menganalisa kemampuan proporsi *Good Corporate Governance* (GCG) dalam memoderasi solvabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2015?
9. Untuk menganalisa kemampuan proporsi *Good Corporate Governance* (GCG) dalam memoderasi fluktuasi harga saham terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2015?

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi :

1. Penulis

Penelitian ini dapat memacu minat dan keinginan untuk memahami tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan mengetahui manfaat dari pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, untuk menambah literatur ataupun bahan acuan bagi penelitian selanjutnya dalam bidang akuntansi, terutama bagi yang ingin mengadakan penelitian lanjutan tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility*.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan perusahaan agar lebih meningkatkan tanggung jawab dan kepeduliannya pada lingkungan social dan sebagai informasi kepada pihak manajemen perusahaan tentang pentingnya pertanggung jawaban sosial perusahaan yang dipercaya dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

3. Bagi Pengetahuan

Sebagai bahan masukan dan referensi penelitian selanjutnya dan Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah kepustakaan sebagai bahan informasi dan pembanding bagi peneliti lain yang ingin membahas permasalahan ini.