

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Era globalisasi dewasa ini mempengaruhi seluruh aspek dan tatanan kehidupan yang ada. Pengaruh tersebut juga dirasakan oleh banyak pihak, dalam hal ini adalah perusahaan. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya perubahan kondisi lingkungan dan ekonomi pada dunia usaha seperti adanya tingkat persaingan yang tinggi, biaya ekonomi yang meningkat, adanya undang-undang perburuhan, dan reformasi birokrasi (Bangun & Sunaryanto, 2020; Faqih, 2019). Fenomena yang demikian menyebabkan setiap perusahaan diharuskan untuk lebih transparan dalam mengungkapkan informasi perusahaannya (Sulistiani, 2014).

Menurut Anggraini (2006), Tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin baik (*good corporate governance*) semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi (Sudaryanti & Riana, 2017). Salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang tanggung jawab sosial

perusahaan. Menurut Sembiring (2005), Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya. Bentuk tanggung jawab diantaranya adalah dengan melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa atau fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut (Astiari et al., 2014).

Menurut Ampriyanti (2016). Informasi tersebut dapat diungkapkan dalam bentuk laporan-laporan pertanggungjawaban yang dibuat oleh perusahaan. Laporan pertanggungjawaban biasanya berupa laporan keuangan yang diperuntukkan bagi pihak-pihak yang berkepentingan seperti manajemen, kreditor dan investor, namun laporan keuangan saja ternyata tidak mampu untuk mewakili keinginan dari masyarakat. Salah satu informasi yang perlu diungkapkan demi keberlangsungan sebuah perusahaan adalah pengungkapan informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri.

Tin (2011) mengungkapkan bahwa akuntansi pertanggungjawaban sosial itu perlu disusun untuk mengevaluasi kinerja sosial perusahaan dan mengkomunikasikan informasi tersebut kepada seluruh stakeholder, baik di

dalam maupun di luar perusahaan. Sehingga pengungkapan akuntansi pertanggungjawaban sosial dapat diambil sebagai informasi yang melengkapi laporan keuangan dan menyediakan laporan yang luas. Penyediaan informasi yang luas dalam laporan keuangan menjadi keharusan perusahaan untuk memenuhi permintaan berbagai pihak yang berkepentingan dengan informasi tersebut.

Suatu informasi dianggap informatif mampu mengubah kepercayaan para investor dalam mengambil keputusan investasi. Informasi merupakan kebutuhan yang mendasar bagi para investor dan calon investor untuk pengambilan keputusan. Adanya informasi yang lengkap, akurat serta tepat waktu memungkinkan investor untuk melakukan pengambilan keputusan secara rasional sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan.

Menurut Aprilliani (2017), Kewajiban Dalam Pengungkapan CSR ini juga tercantum dalam peraturan resmi yakni UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 77 UU RI Ayat 1 mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, yaitu “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Dan UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Pasal 15 (b) yang menyatakan bahwa “Setiap penanam modal berkewajiban melakukan tanggung jawab sosial perusahaan”. Namun telah di terbitkan peraturan baru yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 yang di terbitkan pada April 2012. Pada

Pasal 3 ayat (1) menyatakan CSR menjadi kewajiban bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usaha dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam. Pada ayat (2) dijelaskan bahwa kewajiban CSR dilakukan baik dalam maupun di luar lingkungan perseroan.

Perusahaan *property* dan *real estate* merupakan perusahaan bisnis yang bergerak dalam pembangunan. Di Indonesia perusahaan *property* dan *real estate* dapat berkembang pesat, hal ini terlihat dari jumlah penduduk Indonesia yang sangat banyak, pada dasarnya setiap perusahaan *property* dan *real estate* yang didirikan bertujuan untuk memperoleh laba, dan tentunya perusahaan menginginkan laba yang terus meningkat dari waktu ke waktu.

Fenomena pembangunan yang terus berkembang yang terjadi di kota besar di Indonesia sangatlah berpengaruh terhadap kestabilan kondisi lingkungan. Keadaan ini mengindikasikan diperlukannya upaya pengendalian dampak lingkungan hidup. Lingkungan menjadi hal yang sangat penting dan berkaitan dengan sebuah perusahaan maka perlu di sadari oleh suatu perusahaan bahwa kepeduliannya dengan lingkungan sama pentingnya dengan perusahaan dalam memperoleh laba. Pada tahun 2019 perusahaan SCBD melakukan berbagai kegiatan masyarakat seperti penghijauan , pengendalian hama , pengelolaan energi dan air, pengelolaan dan pengolahan sampah, dan berbagai seminar dan pelatihan bagi karyawan dan masyarakat. Dan juga pada tahun 24 Desember 2018 – 9 Januari 2019

perusahaan ikut membantu aktivitas AGP Tanggap Darurat Tsunami Anyer dengan mengirim 3 tim dengan 20 karyawan.

Pentingnya pengungkapan CSR telah membuat banyak peneliti untuk melakukan penelitian dan diskusi mengenai praktik dan motivasi perusahaan untuk melakukan CSR. Wauran, (2016), menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dipengaruhi oleh banyak faktor, yang dapat diindikasikan dari karakteristik perusahaan. Karakteristik operasi perusahaan yang menghasilkan dampak sosial yang tinggi akan menuntut pemenuhan tanggung jawab sosial yang lebih tinggi pula. Dalam penelitian terdahulu banyak faktor di indikasikan mempengaruhi pengungkapan akuntansi pertanggungjawaban salah satunya banyak penelitian mengindikasikan karakteristik perusahaan sebagai salah satu indikatornya. Dalam penelitian ini penulis mengambil beberapa karakteristik perusahaan dari berbagai *literature* penelitian. Banyak penelitian tentang pengungkapan pertanggungjawaban Sosial Perusahaan antara lain : Purwanto (2011), Kartika (2010), Anggraini (2006), Wijaya (2012), Nur (2012), Sari (2012), Herawati (2015), Rindarwati (2015). Melihat pentingnya CSR kepada stakeholder, dalam penelitian ini karakteristik perusahaan yang digunakan yaitu ukuran perusahaan, dewan komisaris, *profitabilitas* dan Umur Perusahaan.

Ukuran Perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan pada umumnya, yang menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Menurut Sembiring (2006), ukuran perusahaan



berpengaruh positif terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial hal ini dikaitkan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga akan semakin besar. Untuk menguranginya perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas. Menurut Purwanto (2011), Sari (2012), Nur (2012), Wijaya (2012), Kartika (2010) menunjukkan hasil yang sama. Akan tetapi menurut Nasir, Kurnia, Hakri (2013) ukuran perusahaan secara persial tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial.

Dewan komisaris merupakan organ perusahaan yang fungsi utamanya adalah memberi perhatian secara bertanggungjawab atas pengelolaan perusahaan dalam rangka mencapai maksud dan tujuan perusahaan. Hubungan ukuran dewan komisaris dengan *corporate social responsibility* yaitu semakin besar ukuran dewan komisaris, akan semakin luas pula pengungkapan CSR (Veronica dan Sumin 2009). Hubungan antara dewan komisaris dan pengungkapan CSR juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian lain yang dilakukan oleh Anggara (2010), menyatakan bahwa dewan komisaris berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Hal tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pakpahan & Rajagukguk, 2018) yang mengungkapkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

*Profitabilitas* menurut Fauziah & Asyik (2019), merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR suatu perusahaan.

*Profitabilitas* merupakan kemampuan perusahaan untuk dapat menghasilkan laba. *Profitabilitas* diukur dengan membandingkan laba dengan jumlah aktiva. *Profitabilitas* perusahaan juga mampu menampilkan seberapa besar aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan. Menurut Sari (2012), *Profitabilitas* perusahaan memiliki pengaruh positif karena perusahaan dengan laba yang tinggi akan menjadi sorotan, untuk mengurangi tekanan itu perusahaan akan mengeluarkan biaya yang berkaitan dengan tanggung jawab social. Sedangkan menurut Purwanto (2011) *Profitabilitas* Perusahaan kurang berpengaruh terhadap pengungkapan pertanggungjawaban karena perusahaan yang memiliki tingkat ROA belum tentu mau mengalokasikan dana untuk lingkungan atau kegiatan social sehingga tingkat pengungkapannya rendah.

Faktor lainnya yang juga mempengaruhi CSR adalah Umur Perusahaan. Menurut Ansah (2000) dalam Sembiring (2003), Umur perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis dan mampu bersaing. Maka dari itu, umur perusahaan dapat dikaitkan dengan kinerja keuangan suatu perusahaan. Jika suatu perusahaan dapat menjaga kinerja keuangannya dengan baik maka perusahaan tersebut akan mampu menjaga kelangsungan usahanya. (Herawati, 2015). Menurut Marwata (2001) dalam Nasir,dkk (2013), Umur Perusahaan diperkirakan memiliki hubungan positif dengan kualitas ungkapan sukarela. Alasan yang mendasari yaitu perusahaan yang berumur lebih tua memiliki pengalaman lebih baik dalam mempublikasikan pengungkapan informasi sosial. Hal ini signifikan dengan

penelitian Andi Kartika (2009), yang menyatakan terdapat pengaruh positif antara umur perusahaan dengan pengungkapan informasi sosial. Namun penelitian yang dilakukan Utami dan Prastiti (2011) memiliki hasil yang berbeda yang menyatakan bahwa hasil yang diperoleh tidak signifikan dalam pengungkapan antara variable umur perusahaan terhadap pengungkapan informasi sosial.

Berdasarkan uraian dan hasil penelitian terdahulu yang tidak konsisten di atas, peneliti tertarik mengadakan penelitian lanjutan yang berjudul **“PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN AKUNTANSI PERTANGGUNGJAWABAN SOSIAL (Studi Empiris Pada Perusahaan Property & Real Estate Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019) ”**

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka pertanyaan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut.

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pertanggungjawaban sosial perusahaan?
2. Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pertanggungjawaban sosial perusahaan?
3. Apakah *profitabilitas* berpengaruh terhadap pertanggungjawaban sosial perusahaan?



4. Apakah Umur Perusahaan berpengaruh terhadap pertanggungjawaban sosial perusahaan?
5. Apakah ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, *profitabilitas*, dan Umur perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap pertanggungjawaban sosial perusahaan?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap pertanggungjawaban sosial perusahaan.
2. Mengetahui pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pertanggungjawaban sosial perusahaan.
3. Mengetahui pengaruh *profitabilitas* terhadap pertanggungjawaban sosial perusahaan.
4. Mengetahui pengaruh Umur perusahaan terhadap pertanggungjawaban sosial perusahaan.

#### **1.3.2 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan wacana keilmuan dalam perkembangan teori agensi, teori legitimasi, dan teori *stakeholder*. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi

bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

### **1.3.3 Manfaat Praktis**

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah bukti empiris tentang pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial
2. Bagi investor, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang berguna bagi para pembaca khususnya investor maupun calon investor dalam melaksanakan analisa laporan keuangan sebagai bahan pertimbangan terkait dengan pengambilan keputusan investasi.
3. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini dapat memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran akan hak-hak yang harus diperoleh.
4. Bagi universitas, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan referensi bagi mahasiswa dari bidang keilmuan yang sama.
5. Bagi penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai landasan empiris guna perbaikan dan pengembangan data-data di masa depan.