

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Globalisasi merupakan suatu hal yang tidak bisa dihindari efeknya, terutama dalam bisnis. Jika sebelumnya terdapat hambatan dalam perdagangan seperti kuota, embargo, *dumping* dan lainnya, saat ini batas-batas geografis dan teritorial suatu negara menjadi semakin kabur (*borderless*) dan terbuka, misalnya saja terbentuknya kawasan bebas perdagangan seperti *China-ASEAN Free Trade Area (C-AFTA)*, Masyarakat Ekonomi *ASEAN*, dan sebagainya.

Selain itu, globalisasi membuat kemajuan suatu negara yang mampu bersaing secara individual semakin tidak terbelenggu. Contoh nyata dari hal ini adalah Jepang. Sebagai satu dari tiga poros ekonomi dunia, negara yang dulunya terkenal dengan pasarnya yang sulit dimasuki asing itu kini menjadi pasar yang terbuka, terlebih bagi produk Eropa dan Amerika. Negara yang dulunya menjadi industri baru (contohnya Korea Selatan) kini menjadi salah satu negara maju di dunia, tumbuh sangat agresif dalam memasuki pasar internasional dan menjadi pesaing berat bagi negara maju lainnya.

Negara berkembang pun tidak luput dari efeknya. Indonesia, sebagai satu dari sekian banyak negara yang masuk kategori tersebut, kini telah menjelma menduduki satu dari 10 posisi negara industri baru dunia. Dampak dari pelabelan ini bisa dilihat dengan banyaknya investor asing yang masuk, banyaknya *foreign licensing* yang diberikan, juga adanya pendirian industri waralaba dunia.

Dalam dunia usaha secara global, efek yang paling terlihat adalah mulai bergesernya orientasi perusahaan. Cara pandang lama menyebutkan bahwa tujuan perusahaan adalah meningkatkan kesejahteraan para pemilik dan kreditur. Persepsi ini secara implisit menyebabkan kasus eksploitasi sumber-sumber alam dan perampasan hak masyarakat secara tidak terkendali. Dampak yang paling terlihat yaitu rusaknya alam sehingga mengakibatkan ikut terganggu pula kehidupan masyarakat (sosial).

Salah satu contoh kasus paling menyita perhatian publik tentang kurangnya kepedulian perusahaan pada aspek lingkungan-sosial yang pernah terjadi di Indonesia adalah kasus PT Freeport Indonesia. Perusahaan pertambangan asing yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh Freeport-McMoRan Copper & Gold Inc dan telah memegang hak izin untuk tambang emas, silver, *molybdenum*, dan *rhenium* dari pemerintah ini menegang dengan masyarakat suku di Papua sehingga menjadi kasus berskala nasional bahkan internasional. Pasalnya, perusahaan terus memasuki wilayah ulayat dan hak adat yang dikeramatkan suku Amungme, Kamoro, Nduga, dan lainnya di Papua. Fakta memang menyebutkan bahwa PT Freeport telah berkembang menjadi perusahaan dengan penghasilan 2,3 Miliar Dollar AS dan memberikan keuntungan dengan menjadi penyumbang pajak terbesar kepada Pemerintah Indonesia. Namun yang disayangkan, perusahaan ini juga memberikan kerugian pada masyarakat pada tataran *grass root* (garis bawah). PT Freeport menimbulkan banyak masalah sampai membuat Suku Amungme dipindahkan ke wilayah kaki pegunungan,

meninggalkan tanah leluhur yang dikeramatkan dengan duka mendalam (Hadi, 2014).

Maka dari itu, berkaca dari banyaknya kasus dalam aspek lingkungan dan sosial yang telah lama terjadi, muncul pertentangan dari berbagai kalangan. Mereka berpendapat bahwa perusahaan seharusnya tidak hanya mengedepankan *shareholder* dan krediturnya, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan mengingat dampak yang selama ini ditimbulkan. Hal inilah yang disebut sebagai cara pandang baru dalam orientasi terkini perusahaan dan memunculkan istilah tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Pengertian *CSR* secara sederhana yaitu berupa kegiatan pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk kontribusi dan timbal baliknya kepada *stakeholder* dan lingkungan. Hadi (2014) mengatakan bahwa Elkington pada tahun 1997 mengemasnya dengan konsep tiga fokus yang disebut sebagai "*The Triple Bottom Line*" dan telah menjadi terobosan baru dalam dunia usaha. Menurutnya, perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi (*profit*), tetapi juga memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*).

Terdapat pula anggapan yang menyatakan bahwa investor secara individual lebih tertarik terhadap perusahaan yang mencantumkan informasi sosial dalam laporan keuangannya (Eipstein dan Freedman, 1994 dalam Anggraini, 2006).

Dalam hal pengungkapannya sendiri, terdapat banyak faktor yang sering dikaitkan sebagai variabel penduga, yaitu kepemilikan manajerial, dewan komisaris, kepemilikan saham publik, profil, *growth* (pertumbuhan), *firm size* (ukuran perusahaan), profitabilitas, dan *leverage* (rasio utang). Namun, dari berbagai kombinasi variabel penduga yang sering digunakan peneliti, terdapat tiga faktor yang hampir selalu ada dalam setiap penelitian dengan hasil pengujian yang tidak konsisten, yaitu *size*, profitabilitas, dan *leverage*.

Variabel penduga yang pertama adalah *Size* (ukuran perusahaan). Berdasarkan teori agensi, perusahaan besar memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dan biaya keagenan yang lebih besar, sehingga untuk menguranginya akan dilakukan pengungkapan yang lebih luas (Purnasiwi, 2011). Dari penelitian terdahulu terdapat perbedaan hasil. Wulandhari (2014), Rindawati dan Asyik (2014), serta Wiyuda (2017) menyatakan *size* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*, sementara Sembiring (2003), Purnasiwi (2011), dan Janra (2015) menyatakan *size* memiliki pengaruh.

Variabel penduga selanjutnya adalah profitabilitas, yaitu kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Menurut Bowman dan Haire (1976), Preston (1978), Hackston dan Milne (1996) dalam Anggraini (2006), semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan informasi sosialnya. Dari penelitian terdahulu, terdapat perbedaan hasil dimana Sembiring (2003), Purnasiwi (2011), dan Irmawati (2011) menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh dalam pengungkapan *CSR*. Hasil ini

bertentangan dengan penelitian Janra (2015), Rindawati dan Asyik (2015), serta Wiyuda (2017).

Variabel penduga ketiga adalah *Leverage*, yaitu besarnya pembiayaan dengan utang. Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* rendah berarti membiayai asetnya dengan modal sendiri. Sementara bagi yang rasio utangnya tinggi mengindikasikan sangat bergantung pada pinjaman luar. Berdasar teori agensi, perusahaan dengan *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih sedikit informasi untuk menghindari para *debtholders* (Sembiring, 2003). Penelitian terdahulu memiliki perbedaan hasil. Purnasiwi (2011) dan Wulandhari (2015) menyatakan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*, sementara hasil penelitian Sembiring (2005), Janra (2015), Rindawati dan Asyik (2015) menyatakan *leverage* tidak memiliki pengaruh.

Dari penjelasan terkait teori dan perbedaan hasil tersebut, maka peneliti tertarik dalam menggunakan ketiganya sebagai variabel penduga. Selain itu, yang membedakan penelitian kali ini dengan sebelumnya adalah pada ruang lingkup penelitian. Penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Irmawati (2011), Purnasiwi (2011), dan Janra (2015) mengambil ruang lingkup pada Bursa Efek Indonesia dengan perusahaan berbagai sektor, sementara penelitian kali ini pada *National Center of Sustainability Report (NCSR)* yang menyelenggarakan *ISRA (Indonesia Sustainability Report Awards)* tahun 2016.

NCSR adalah organisasi non-profit yang *concern* terhadap laporan keberlanjutan, sementara *ISRA* adalah penghargaan yang diberikan kepada

perusahaan-perusahaan yang telah membuat pelaporan atas kegiatan yang menyangkut aspek lingkungan dan sosial disamping aspek ekonomi untuk memelihara keberlanjutan perusahaan itu sendiri, baik yang diterbitkan secara terpisah maupun terintegrasi dalam laporan tahunan. Alasan pemilihan *ISRA* tahun 2016 menjadi objek penelitian karena peneliti ingin melihat seberapa besar pengaruh ketiga variabel penduga terhadap pengungkapan yang dilakukan perusahaan-perusahaan pemenang penghargaan tersebut jika dilihat dari sudut pandang investor.

Maka dari itu, berdasarkan penjelasan diatas, penelitian ini akan mengambil judul **“PENGARUH *SIZE*, *PROFITABILITAS*, DAN *LEVERAGE* TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DITINJAU DARI PERSPEKTIF INVESTOR PADA PERUSAHAAN PEMENANG INDONESIA *SUSTAINABILITY REPORT AWARDS (ISRA)* TAHUN 2016”**

1.2.Rumusan Masalah

1. Apakah *Size*, *Profitabilitas*, dan *Leverage* Berpengaruh Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Ditinjau Dari Perspektif Investor Pada Perusahaan Pemenang Indonesia *Sustainability Report Awards (ISRA)* Tahun 2016?
2. Variabel Manakah Yang Memiliki Pengaruh Paling Dominan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Ditinjau Dari Perspektif Investor Pada Perusahaan Pemenang Indonesia *Sustainability Report Awards (ISRA)* Tahun 2016?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Pengaruh *Size*, Profitabilitas, dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Ditinjau Dari Perspektif Investor Pada Perusahaan Pemenang Indonesia *Sustainability Report Awards (ISRA)* Tahun 2016
2. Untuk Mengetahui Variabel Yang Memiliki Pengaruh Paling Dominan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Ditinjau Dari Perspektif Investor Pada Perusahaan Pemenang Indonesia *Sustainability Report Awards (ISRA)* Tahun 2016

1.3.2. Manfaat Penelitian

1. Teoritis
 Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan ilmu di bidang manajemen khususnya menyangkut *Corporate Social Responsibility*
2. Praktis
 - A. Bagi Investor
 Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan oleh para investor dalam berinvestasi terkait dengan pengungkapan *CSR*
 - B. Bagi Manajer
 Penelitian ini diharapkan dapat digunakan manajer sebagai bahan pertimbangan dalam pengungkapan *CSR* terkait dengan menarik minat investor

C. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi hasil pendukung dan mengurangi keambiguan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya

