

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada zaman globalisasi ini sektor ekonomi lebih cepat tumbuh membuat lebih banyak pula modal yang diperlukan untuk selalu meningkatkan perekonomian suatu negara, modal yang berasal dari dalam negeri ataupun dari luar negeri. Salah satu sumber pembiayaan (modal) yang diperlukan antara lain adalah tabungan masyarakat yang merupakan potensi modal dalam perekonomian. Agar potensi dapat bermanfaat untuk pertumbuhan ekonomi, perlu disalurkan kepada kelompok masyarakat yang membutuhkan modal untuk membiayai kegiatan yang produktif. Perlu bagi suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang menyediakan jasa keuangan bagi seluruh lapisan masyarakat, dan perusahaan yang dikenal dengan sebutan bank.

Bank merupakan suatu lembaga yang menjadi perantara keuangan (*financial intermediary*) bagi pihak yang kelebihan modal (*surplus unit*) dengan pihak yang memerlukan modal (*defisit unit*). Bank juga memiliki peran sebagai pelaksanaan kebijakan moneter dan pencapaian stabilitas sistem keuangan, sehingga diperlukan perbankan yang sehat, transparan dan dapat dipertanggungjawabkan (Booklet perbankan Indonesia, 2009).

Untuk dapat menjalankan fungsinya sebagai lembaga intermediasi, maka bank membutuhkan kepercayaan yang penuh dari masyarakat. Kepercayaan masyarakat dapat diperoleh dan dipelihara jika bank tersebut dapat menjaga

hubungan yang baik dengan masyarakat sekitarnya. 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. Oleh karena itu dalam perkembangan sekarang ini akuntansi konvensional telah banyak dikritik karena tidak dapat mengakomodir kepentingan masyarakat secara luas, sehingga kemudian muncul konsep akuntansi baru yang disebut sebagai *Social Responsibility Accounting* (SRA) atau Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial (Anggraini,2006).

Cahya (2010) menunjukkan bahwa istilah *Corporate Social responsibility* (CSR) pertama kali ada dalam tulisan *Social Responsibility of the Businessman* tahun 1953. Konsep yang digagas Howard Rothmann Browen ini menjawab keresahan dunia bisnis. Howard Rothmann Browen mengungkapkan bahwa keberadaan CSR bukan karena diwajibkan oleh pemerintah atau penguasa, melainkan merupakan komitmen yang lahir dalam konteks etika bisnis (*beyond legal aspects*) agar sejahtera bersama masyarakat berdasarkan prinsip kepatutan sesuai nilai dan kebutuhan masyarakat. Belakangan CSR segera diadopsi, karena bisa jadi penawar kesan buruk perusahaan yang terlanjur dalam pikiran masyarakat dan lebih dari itu pengusaha di cap sebagai pemburu uang yang tidak peduli pada dampak kemiskinan dan kerusakan lingkungan.

Pada tahun 1970-an, topik *Corporate Social responsibility* (CSR) mengemuka dalam merupakan sebuah gagasan yang mewajibkan perusahaan untuk bertanggung jawab pada keadaan lingkungan sekitarnya. Kinerja

perusahaan tidak lagi hanya direfleksikan pada segi keuangan saja tetapi juga aktivitas sosial yang telah dilakukan pada aspek sosial dan lingkungan. Aktivitas sosial menjadi sesuatu yang penting untuk dilampirkan karena dalam menjalankan usaha bisnisnya, perusahaan banyak berhubungan dengan masyarakat. Selain itu juga, informasi tanggung jawab perusahaan dapat digunakan sebagai keunggulan kompetitif perusahaan.

Sejalan dengan perkembangan tersebut, Undang-Undang No. 40 tahun 2007 Pasal 74 ayat tentang Perseroan Terbatas diterbitkan dan mewajibkan perseroan yang bidang usahanya di bidang atau terkait dengan bidang sumberdaya alam untuk melaksanakan pelaporan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Kewajiban pengungkapan CSR juga diatur dalam Undang-Undang Penanaman Modal No. 25 tahun 2007 Pasal 15 bagian (b), Pasal 17, dan Pasal 34 yang mengatur bahwa setiap penanaman modal diwajibkan untuk ikut serta dalam tanggung jawab sosial. Pengungkapan CSR merupakan alat manajerial yang digunakan perusahaan untuk menghindari konflik sosial dan lingkungan. Selain itu, pengungkapan CSR dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik untuk menjelaskan berbagai dampak sosial yang mungkin ditimbulkan perusahaan.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya dilakukan pada perusahaan industri yang menghasilkan dampak negatif pada lingkungan dan masyarakat, tetapi juga bagi sektor perbankan (Hesti, 2010). Sektor perbankan diharapkan tidak hanya melaksanakan tugas-tugas utama perbankannya melainkan juga diminta untuk tetap memiliki kepedulian terhadap

lingkungan (komunitas) sebagai wujud *corporate social responsibility*-nya (www.bi.go.id, 2007). Saat ini telah banyak bank melakukan dan melaporkan CSR-nya.

Hal pentingnya menerapkan CSR pada perusahaan bank telah terbukti dari sejumlah penelitian yang menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR pada bank-bank di beberapa negara sudah cukup banyak dilakukan. Berdasarkan studi empiris yang dilakukan oleh Branco (2006) dalam Cahya (2010) pada sejumlah bank-bank Portugis, diyakini bahwa *corporate social responsibility* merupakan alat yang sangat penting bagi perusahaan untuk berkomunikasi dengan *stakeholders*-nya. Hal ini sejalan dengan pernyataan McDonald and Rudle-Thiele (2008) dalam Cahya (2010) yang mengatakan bahwa program-program CSR yang dilaksanakan hampir seluruh bank-bank ritel di dunia bertujuan untuk memperkuat reputasi bank dan hubungan dengan para stakeholder.

Berbagai penelitian serta literatur yang berkaitan dengan fenomena pengungkapan CSR pada perusahaan perbankan nampaknya masih terpusat pada perusahaan industri dan sumberdaya alam. Penelitian yang dilakukan terhadap perusahaan perbankan masih sedikit dilakukan di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan mampu menambah literatur berkaitan dengan fenomena pengungkapan CSR pada perusahaan perbankan yang ada di Indonesia.

Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR di Indonesia memberikan hasil yang beragam. Sembiring (2003) dan Anggraini (2006) menghasilkan temuan bahwa *profitabilitas* dan *leverage* tidak terbukti

berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Hossain dkk (2006) dan Sitepu (2008) menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian yang dilakukan Anggraini (2006) dan Rosmasita (2007) memberikan hasil bahwa variabel prosentase kepemilikan manajerial terbukti mempengaruhi pengungkapan sosial perusahaan dalam laporan tahunan. Temuan ini berbanding terbalik dengan yang dilakukan oleh Said *et al* (2009), Rustiarini (2010) dan Badjuri (2011) menunjukkan kepemilikan manajerial tidak memiliki pengaruh dengan pengungkapan sosial perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hasibuan (2001), Yuliani (2003), dan Badjuri (2011) menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Sementara penelitian Anggraini (2006) tidak menemukan hubungan dari kedua variabel tersebut.

Variabel pertama yang digunakan adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Semakin tinggi tingkat profitabilitas maka manajer akan semakin terdorong untuk mengungkapkan informasi lebih terperinci sebab mereka ingin meyakinkan investor mengenai profitabilitas mereka.

Variabel kedua yang digunakan dalam penelitian ini adalah leverage. Dalam Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi. Oleh karena

itu, perusahaan dengan tingkat rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah agar tidak terjadi kecenderungan untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan, karena perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi biasanya akan lebih sedikit mengungkapkan tanggung jawab sosialnya agar dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi.

Variabel ketiga yang digunakan adalah kepemilikan manajerial. Kepemilikan manajerial menggambarkan jumlah saham yang dimiliki manajemen. Semakin tinggi tingkat kepemilikan manajemen, semakin tinggi pula motivasi untuk mengungkapkan aktivitas perusahaan yang dilakukan. Manajemen perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan nilai perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut.

Variabel terakhir yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan yang menggambarkan besarnya total *assets* dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan yang besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak dibanding perusahaan yang lebih kecil. Dalam teori agensi menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi daripada perusahaan kecil.

Berdasarkan pemaparan di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya dengan menggunakan objek yang berbeda. Oleh karena banyaknya penelitian

pengungkapan CSR pada perusahaan sumber daya alam dan industri, maka penulis bermaksud untuk menyusun penelitian yang lebih difokuskan pada perusahaan perbankan dengan mengambil judul: **“PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, KEPEMILIKAN MANAJERIAL DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN PERBANKAN PERIODE 2009-2011.”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
2. Apakah rasio Leverage berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
3. Apakah Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
4. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris tentang pengaruh: profitabilitas, leverage, kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan terhadap praktik pengungkapan tanggung jawab sosial di perusahaan perbankan di Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pihak Perusahaan / Manajemen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan dan semakin terdorong dalam pengungkapan tanggung jawab sosial di dalam laporan keuangan.

b. Bagi Pemerintah

Sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah dan lembaga-lembaga penyusun standar akuntansi keuangan dalam meningkatkan kualitas standar dan peraturan yang sudah ada khususnya peraturan tentang *CSR Disclosure*.

c. Bagi Calon Investor

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan wawasan terhadap pengembangan praktik tanggung jawab sosial khususnya bagi perusahaan yang akan diinvestasikan modalnya.

d. Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial.

E. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini menguraikan tinjauan teori, yang berisi jabaran teori-teori dan menjadi dasar dalam perumusan hipotesis serta membantu dalam analisis hasil penelitian. Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Kerangka penelitian adalah skema yang dibuat untuk menjelaskan secara singkat permasalahan yang akan diteliti. Hipotesis adalah pernyataan yang disimpulkan dari tinjauan pustaka, serta merupakan jawaban sementara atas masalah penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Dalam bab ini akan menguraikan variabel penelitian dan efisiensi operasional dimana skripsi terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian akan dibahas sekaligus melakukan pendefinisian secara operasional. Penentuan sampel berisi mengenai masalah yang berkaitan dengan jumlah populasi, jumlah sampel yang diambil dan metode pengambilan sampel. Jenis dan sumber data gambaran tentang jenis data yang digunakan untuk variabel penelitian. Metode analisis data mengungkapkan bagaimana gambaran model analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan membahas hasil analisis yang telah dilakukan dan pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini akan menguraikan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran yang merupakan sumbangan pemikiran yang mungkin akan berguna untuk tambahan dalam penelitian selanjutnya.