

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Di Indonesia, perkembangan pasar modal syariah diawali dengan dibentuknya *Jakarta Islamic Index (JII)*. *Jakarta Islamic Index* terdiri atas 30 saham syariah yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Emiten dan perusahaan publik tersebut wajib mengikuti ketentuan umum pengajuan pertanyaan pendaftaran atau pedoman mengenai bentuk dan isi pertanyaan pendaftaran perusahaan publik serta ketentuan tentang penawaran umum yang terkait lainnya yang diatur oleh Bapepam LK dan mengungkapkan informasi tambahan dalam prospektus bahwa kegiatan usaha serta cara pengelolaan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah di pasar modal (Soemitra, 2009).

Kehadiran pasar modal syariah memberikan kesempatan bagi kalangan Muslim maupun non Muslim yang ingin menginvestasikan dananya sesuai dengan prinsip syariah yang memberikan ketenangan dan keyakinan atas transaksi yang halal. Dibukanya *Jakarta Islamic Indeks di Indonesia (JII)* pada tahun 2000 sebagai pasar modal syariah memberikan kesempatan para investor untuk menanamkan dananya pada perusahaan yang sesuai prinsip syariah (Soemitra, 2009).

Setiap perusahaan pasti memiliki orientasi untuk memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang, untuk itu perusahaan berusaha membangun citra yang baik di masyarakat dengan memberikan perhatiannya kepada lingkungan atau tanggung jawab sosial, yang sering dikenal dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. CSR merupakan

klaim agar perusahaan tidak hanya beroperasi untuk mementingkan para pemegang saham saja, tetapi juga untuk pihak *stakeholders* (Wiyuda dan Pramono, 2017).

Pada saat banyak perusahaan menjadi semakin berkembang, maka pada saat itu pula kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitarnya dapat terjadi, karena itu muncul kesadaran untuk mengurangi dampak negatif ini (Wiwoho, 2009). Setiap kegiatan bisnis yang dilakukan oleh perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya alam baik secara langsung maupun tidak langsung dapat memberikan dampak yang serius bagi lingkungan sekitar.

Kasus-kasus yang terkait dengan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan, seperti kasus Lapindo yang dinobatkan sebagai perusahaan paling tidak bertanggung jawab sosial dan kasus tuduhan pencemaran Teluk Buyat oleh PT. Newmont Minahasa Raya (Arifin dan Wardani, 2016).

Pada kasus PT. Freeport Indonesia yang akhirnya menyebabkan Kementerian Lingkungan Hidup pun mempublikasikan temuan pemantauan dan penataan kualitas lingkungan di wilayah penambangan PT. Freeport Indonesia yang hasilnya, Freeport dinilai tak memenuhi batas air limbah dan telah mencemari air laut dan biota laut. Hal tersebut mendorong pemerintah untuk menerbitkan regulasi yang mengatur tentang *corporate social responsibility* yaitu UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Arifin dan Wardani, 2016).

Berdasarkan fenomena dari kasus tersebut peneliti tertarik untuk menguji kembali sejauh mana perusahaan dalam mengimplementasikan pengungkapan tanggung jawab sosial atau yang sering disebut *Corporate Social Responsibility* terhadap pihak *stakeholder*.

Pengaturan tentang *Corporate Social Responsibility* di Indonesia diatur dalam Undang-undang No. 40 Pasal 74 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Ayat 1 Undang-Undang tersebut mengatur bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perusahaan juga harus melakukan pelaporan CSR, yang telah diatur dalam Pasal 66 ayat 2 huruf (c) Undang-Undang No. 40 Tahun 2007, bahwa perusahaan harus memuat laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Putra dan Utama, 2015).

Permasalahan sosial dan lingkungan yang tidak diatur secara baik oleh suatu perusahaan ternyata memberikan dampak yang sangat besar. Tujuan awal untuk meraih keuntungan dalam aspek bisnis berbalik arah menjadi kerugian yang berlipat. Oleh sebab itu, saat ini permasalahan mengenai pengelolaan sosial dan lingkungan menjadi aspek yang dianggap penting dalam operasi suatu perusahaan (Adawiyah, 2013).

Saat ini CSR sudah menjadi wacana yang makin umum dalam dunia bisnis dimana fenomena ini dipicu oleh semakin mengglobalnya tren mengenai praktik CSR dalam bisnis. Menurut Untung (2008: 1), "*Corporate Social Responsibility* sebagai komitmen suatu entitas untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan serta menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan".

Pengimplementasian CSR perusahaan terhadap lingkungannya dapat berupa peningkatan kesejahteraan pegawai dengan peningkatan gaji dan tunjangan lainnya. Selain itu, juga dilakukan dengan pemberian bantuan korban

bencana alam, pemberian beasiswa mahasiswa berprestasi, serta berusaha agar kegiatan produksinya tidak menyebabkan kerusakan lingkungan. Untuk itu, perusahaan perlu menyampaikannya kepada masyarakat dalam bentuk pengungkapan (*disclosure*) atas laporan keuangan (Rahayu dan Rahayu, 2013).

Ketentuan CSR juga diatur dalam Badan Pengawas Pasar Modal (Bapepam) dan Lembaga Keuangan No.X.K.6 tentang Penyampaian Laporan Tahunan bagi Emiten. Dalam peraturan tersebut menjelaskan bahwa “suatu entitas diwajibkan untuk mengungkapkan laporan CSR pada annual report atau laporan tersendiri yang disampaikan bersamaan dengan laporan tahunan kepada Bapepam dan Lembaga Keuangan, seperti *sustainability report* atau laporan CSR.

Ketentuan CSR juga dijelaskan dalam Al-Qur’an Surah Al-A’raf [7]: 56 yang artinya:

“Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan berdoalah kepadaNya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat dengan orang-orang yang berbuat baik”.

Dari dalil yang telah diuraikan, kita dapat mengambil ibrah bahwa kita harus berbuat baik dan ikhlas, karena sesungguhnya pada setiap individu mempunyai tanggung jawab terhadap dirinya masing-masing dalam kondisi sosial dan lingkungan.

CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, *image* perusahaan menjadi meningkat. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang

baik. Semakin baik citra perusahaan, loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga penjualan perusahaan akan membaik dan profit perusahaan juga meningkat (Retno dan Priantinah, 2012). Berkaitan dengan pengungkapan CSR ini, terdapat beberapa faktor yang diduga mempunyai pengaruh. Faktor-faktor tersebut adalah ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan *leverage*. Faktor *profitabilitas* diduga sebagai moderasinya.

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan variabel independen yang banyak digunakan variasi dalam pengungkapan laporan tahunan perusahaan. Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin mendapat perhatian dari pasar maupun publik (Handayati, 2011). Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *publik demand* akan informasi yang lebih tinggi sehingga banyak disoroti pihak emiten atau investor dibandingkan perusahaan yang berukuran kecil. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar akan menganggap pengungkapan CSR sebagai kebutuhan sehingga perlu diperhatikan. Adanya kegiatan usaha yang dijalankan akan menimbulkan dampak baik maupun buruk bagi lingkungan sekitar perusahaan. Hal ini sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan yang telah menjalankan usahanya.

Nadlifayah dan Laila (2016) beranggapan mengenai umur perusahaan bahwa perusahaan yang lebih lama berdiri akan mendapatkan kepercayaan yang lebih dari para investor (pemilik modal) dan juga diketahui sangat mempengaruhi laporan tahunan perusahaan, karena memiliki informasi lebih banyak terkait dengan pengembangan dan pertumbuhan perusahaan tersebut. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin lama umur perusahaan semakin luas

pengungkapan CSR, sebaliknya semakin muda atau pendek umur perusahaan akan semakin kecil pengungkapan CSR.

*Leverage* merupakan rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal maupun aset. Rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal maupun aset (Harahap, 2010). *Leverage* berkaitan dengan bagaimana perusahaan didanai. Perusahaan menggunakan rasio *leverage* dengan tujuan agar keuntungan yang diperoleh lebih besar dari pada biaya aset dan sumber dananya, dengan demikian akan meningkatkan keuntungan pemegang saham. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi akan memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas (Arif dan Wawo, 2016)

Menurut Devina, dkk (2004) menjelaskan bahwa *profitabilitas* merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggungjawab sosial secara lebih luas. *Profitabilitas* yang diproksikan dengan *Return On Asset (ROA)*, artinya semakin tinggi tingkat *profitabilitas* perusahaan maka akan semakin besar pula pengungkapan pertanggungjawaban sosialnya. Hal ini dapat menguntungkan bagi pihak perusahaan, salah satunya adalah semakin meningkatnya citra perusahaan dimata *stakeholders*. Maka dari itu dengan ukuran perusahaan yang semakin besar akan menghasilkan profit yang besar pula, yang akan berhubungan langsung pada tanggung jawab sosial yang menjadi tanggung jawab perusahaan untuk menjalankan usahanya. Dengan demikian, perusahaan akan terus berkelanjutan (*sustainability*).

Fakta ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan Sari (2012), Rahcman dan Nopiyanti, (2015) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Namun berbeda dengan penelitian Oktariani dan Mimba, (2014) yang menjelaskan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian Rahman dan Sunarti (2017) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas (ROA), hal ini searah dengan penelitian Sartika, (2012) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas (ROA). Namun berbanding terbalik dengan penelitian Aryanti, dkk (2017) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *profitabilitas* (ROA).

Umur perusahaan yang semakin tua, bisa dikatakan (ROA) yang diperoleh juga akan besar. Hal tersebut bisa meningkatkan pengungkapan CSR. Dengan demikian manajemen akan menjadi lebih efektif dalam mengungkapkan CSR. Hal ini dapat memberikan nilai tambah bagi pihak perusahaan, karna dapat menarik perhatian perusahaan dimata *stakeholders* atau masyarakat. Oleh karenanya, umur perusahaan yang sudah lama beroperasi akan menghasilkan profit yang relatif besar. Yang kemudian akan memiliki korelasi secara langsung pada tanggung jawab sosial untuk menjadi tanggung jawab perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Nasir, dkk (2013) dan Ainiyah (2018) yang menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Namun hal ini berbeda dengan penelitian Nursiam dan Gemitasari (2013) yang menunjukkan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Hal tersebut juga yang dilakukan dalam penelitian Rusmawati Dj (2016) yang menunjukkan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas (ROA). Hal ini tidak sejalan dengan penelitian Novyanny dan Turangan (2018) yang menemukan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Ramdani (2016) yang menyatakan bahwa keputusan untuk mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan profit. Apabila perusahaan memiliki tingkat *leverage* yang tinggi cenderung memiliki ROA yang rendah. Sebaliknya perusahaan yang memiliki *leverage* yang rendah cenderung memiliki ROA yang tinggi pula. Hal ini akan berdampak pada pengungkapan CSR. Semua itu tergantung bagaimana perusahaan bisa mengelolah utang yang diberikan oleh kreditur kepada perusahaan. Jika utang perusahaan dapat dikelola secara efisien maka perusahaan akan menghasilkan profit yang relatif tinggi. Dengan demikian perusahaan tetap stabil dalam menjalankan usahanya.

Penelitian yang dilakukan Rahcman dan Nopiyanti (2015), Adawiyah (2013) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Namun hal ini berbeda dengan penelitian Pradnyani dan Sisdyani (2015) yang menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian Gunde, dkk (2017) dan Mahendra, (2018) serta Mailinda (2018) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap profitabilitas (ROA), hal ini tidak sejalan dengan penelitian Sari dan Asia (2016) yang menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.



Penelitian yang dilakukan Nursiam dan Gemitasari (2013) menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sejalan dengan penelitian Sari (2012) yang menyatakan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh signifikan terhadap CSR.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Barnas, dkk (2016) dengan judul “Pengaruh *Profitabilitas* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*” (Pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2014). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu, penelitian ini memodifikasi dari penelitian sebelumnya dengan menambahkan dua variabel independen yakni umur perusahaan dan *leverage*, sedangkan profitabilitas yang awalnya adalah variabel independen, kini diubah atau di pindahkan sebagai variabel moderasi.

Berdasarkan uraian di atas, maka judul penelitian yang peneliti ajukan dalam penelitian ini adalah “**Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* dengan *Profitabilitas* Sebagai Variabel Moderasi**” Studi Empiris Pada Perusahaan *Jakarta Islamic Index* Periode 2016-2020.

## **1.2. Rumusan Masalah**

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

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*?
2. Apakah umur perusahaan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*?

3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*?
4. Apakah *profitabilitas* mempengaruhi hubungan antara ukuran perusahaan dengan *corporate social responsibility*?
5. Apakah *profitabilitas* mempengaruhi hubungan antara umur perusahaan dengan *corporate social responsibility*?
6. Apakah *profitabilitas* mempengaruhi hubungan antara *leverage* dengan *corporate social responsibility*?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Dapat menganalisis ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.
2. Dapat menganalisis umur perusahaan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.
3. Dapat menganalisis *leverage* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.
4. Dapat menganalisis *profitabilitas* mempengaruhi hubungan antara ukuran perusahaan dengan *corporate social responsibility*.
5. Dapat menganalisis *profitabilitas* mempengaruhi hubungan antara umur perusahaan dengan *corporate social responsibility*.
6. Dapat menganalisis *profitabilitas* mempengaruhi hubungan antara *leverage* dengan *corporate social responsibility*.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan berupa konsep tentang faktor-faktor yang mempengaruhi CSR dan pemoderasian *profitabilitas*.
2. Bagi pihak perusahaan, untuk memberikan masukan bagi pengembangan penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan, dan meningkatkan kesadaran perusahaan akan pentingnya pelaksanaan tanggung jawab sosial.
3. Bagi pemerintah, untuk mengetahui sampai sejauh mana pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang telah dilakukan perusahaan. Sehingga pemerintah dapat mempertimbangkan suatu standar pelaporan CSR yang sesuai dengan kondisi Indonesia.
4. Bagi investor, penelitian diharapkan dapat memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam pembuatan keputusan investasi.