

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, lingkungan. Tanggung jawab sosial perusahaan bukan sekedar kegiatan ekonomi melainkan juga tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan. Selama ini perusahaan di anggap lembaga yang memberikan keuntungan untuk masyarakat sekitar. **(Ruroh & Latifah, 2018)**.

Pengungkapan *corporate social responsibility* di Indonesia masih terbilang rendah jika di bandingkan dengan negara lain. Hal ini disebabkan karna kurangnya inisiatif perusahaan untuk mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosial. Dalam perusahaan manufaktur sub sektor Industri dasar kimia dan Farmasi yang terdaftar di BEI, pengungkapan *corporate social responsibility* dinilai penting dalam *annual report* yang dikeluarkan oleh perusahaan. Yang mana kegunaan dari *annual report* bagi investor, *stakeholders* dan masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan.

Saat ini CSR bukan lagi bersifat sukarela/komitmen yang dilakukan perusahaan di dalam mempertanggung jawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib/menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk

melakukan atau menerapkannya. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan nomor 1232/KMK.013/1989, mewajibkan BUMN menyisihkan 1-5% laba yang mereka peroleh untuk membina usaha kecil dan koperasi atau yang saat ini diubah menjadi program kemitraan bina lingkungan (PKBL) yang mengacu pada surat keputusan menteri negara BUMN No. Kep236/MBU/2003 Tanggal 17 juni 2003. Hal ini diatur dalam Undang - Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007.

Dalam CSR banyak masalah yang dihadapi, di antaranya adalah, pertama ; Program CSR belum tesosialisasikan dengan baik kepada masyarakat, kedua, masih terjadi perbedaan pandangan antara departemen hukum dan HAM dengan departemen pendustrian mengenai CSR dikalangan industri maupun perusahaan, ketiga belum adanya aturan yang jelas dalam pelaksanaan CSR dikalangan perusahaan. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* memberikan kesadaran penuh bahwa setiap kegiatan pemanfaatan atau pengubahan sumber daya alam termasuk energi menjadi output tertentu dalam rangka bisnis selalu berada dalam interaksi konstan dan terus menerus dengan lingkungan sosial dan fisik di sekitarnya. Kesadaran ini juga menjelaskan bahwa seluruh proses kegiatan bisnis akan selalu berdampak baik positif maupun negatif. Karena itulah wujud output kebijakan atau program *Corporate Social Responsibility* harus berkait dengan upaya memaksimalkan dampak negatif dari suatu kegiatan atau bisnis tertentu.

Berikut merupakan pengungkapan CSR yang dilakukan oleh beberapa perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018 :

Tabel 1.1**Pengungkapan CSR Perusahaan Industri Dasar Kimia dan Farmasi**

NO	EMITEN	GRI G4	Pengungkapan CSR					Rata-rata
			2014	2015	2016	2017	2018	
1	BRPT	91	2	2	2	9	10	5
2	DVLA	91	1	4	4	4	4	3,4
3	BUDI	91	13	14	9	9	9	10,8
4	DPNS	91	21	26	22	22	31	24,4
5	EKAD	91	1	1	4	4	4	2
6	ETWA	91	21	13	13	12	21	16
7	INAF	91	10	18	6	25	37	19,2
8	INCI	91	6	6	8	8	7	7
9	KAEF	91	9	16	21	36	35	23,4
10	KLBF	91	9	8	11	10	19	11,4
11	MERK	91	2	3	4	3	8	4
12	PYFA	91	1	2	2	2	2	1,8
13	SIDO	91	17	14	13	16	13	14,6
14	SRSN	91	4	4	4	4	4	4
15	TPIA	91	19	20	28	24	20	22,2
16	TSPC	91	1	1	1	1	1	1
17	UNIC	91	4	4	4	4	4	4

Sumber : Data olahan penulis, 2019

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa tingkat pengungkapan CSR perusahaan manufaktur sektor Industri Kimia dan Farmasi masih terbilang cukup rendah. Hal ini dapat dilihat pada rata-rata pengungkapan CSR perusahaan periode 2014-2018 dan dibandingkan dengan indeks pengungkapan yaitu GRI G4 sebanyak 91 item pengungkapan. Rata-rata pengungkapan CSR BRPT periode 2014-2018 adalah sebesar 17; BRPT ;5 DVLA ;3,4 BUDI ;10,8 DPNS sebesar ;24,4 EKAD ;2 dan ETWA sebesar ;16 INAF sebesar ;19,2 INCI ;7 KAEF dan

KLBF masing-masing sebesar ;23,4 dan ;11,4 MERK sebesar ;4 PYFA ;1,8 SIDO ;14,6 SRSN;4 TPIA ;22,2 TSPC ;1 dan yang terakhir UNCI sebesar ;4

Pentingnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) telah mendorong beberapa peneliti untuk melakukan penelitian mengenai praktik CSR di Indonesia dan juga faktor-faktor yang mendorong perusahaan melaksanakan CSR. Penelitian yang terkait dengan CSRD menunjukkan hasil yang beraneka ragam, bahkan bertentangan antara hasil penelitian satu dengan yang lainnya. Terdapat beberapa perbedaan temuan dalam riset hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan *Return On equity*, *Size* dan *Profit Margin*.

Return On equity (ROE) merupakan indikator dari rasio profitabilitas. ROE digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan ekuitas yang dimilikinya. ROE merupakan rasio antara laba setelah pajak terhadap total ekuitas yang berasal dari setoran modal pemilik, laba tak dibagi dan cadangan lain yang dikumpulkan oleh perusahaan. Alat pengukur kinerja keuangan yang paling populer diantara para penanam modal dan manajer senior adalah ROE (Febriana, 2013).

Perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang baik juga akan mendapat tekanan yang lebih kuat dari lingkungan perusahaan untuk lebih luas dalam mengungkapkan CSR secara luas dan semakin tinggi profitabilitas perusahaan yang diukur dengan rasio ROE, maka akan semakin besar pengungkapan atau tanggung jawab sosialnya. Salah satu bentuk implementasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi perannya kepada pihak

stakeholder adalah dengan melaksanakan CSR. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas rendah akan lebih berfokus terhadap perbaikan kinerja ekonomi mereka dan memberikan perhatian yang rendah terhadap lingkungan (**Mujiyati & Afianto, 2017**).

Penelitian mengenai pengaruh ROE terhadap CSR telah banyak dilakukan, diantaranya dilakukan oleh **Komang dan Ratna (2019)** Hasil penelitian menunjukkan Profitabilitas (ROE) menunjukkan bahwa semakin besar profitabilitas perusahaan maka perusahaan berkewajiban untuk mengungkapkan CSR. Penelitian lain dilakukan oleh **Kartini, Maiyarni dan Tiswiyanti** yang menemukan bahwa *Return On equity* (ROE) berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Penelitian internasional yang dilakukan oleh **Qomariah (2015)** yang menemukan bahwa profitabilitas (ROE) berpengaruh signifikan terhadap CSR

Faktor kedua yang mempengaruhi CSR dalam penelitian ini adalah *Size* atau ukuran perusahaan. Menurut **Mujiyati & Afianto (2017)** Ukuran Perusahaan merupakan karakteristik suatu perusahaan dalam hubungannya dengan struktur perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan skala yang berfungsi untuk klasifikasi besar kecilnya entitas bisnis. Ukuran perusahaan juga dapat diprediksi mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh perusahaan. Semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar. Perusahaan yang besar cenderung mengungkapkan informasi sosial secara lebih luas.

Menurut Yulfaida dan Zhulaikha dalam (**Putri, 2014**) terkait dengan teori agensi, perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Sedangkan alasan lainnya bila dihubungkan dengan teori stakeholder bahwa perusahaan besar mempunyai jumlah stakeholder yang banyak sehingga akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mendapatkan dukungan dari para *stakeholder*. Dalam teori agensi berguna untuk mengurangi biaya keagenan yang besar, karena perusahaan besar biaya keagenannya juga besar. Untuk menghadapi risiko politis yang lebih besar yaitu tekanan untuk melakukan pertanggung jawaban sosial daripada perusahaan kecil.

Penelitian mengenai pengaruh *size* perusahaan terhadap CSR juga telah banyak dilakukan. Penelitian **Mujiyati & Afianto (2017)** menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap CSR. Hal ini sejalan dengan hasil yang didapatkan oleh **Putri (2014)** yang juga menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap CSR. Penelitian internasional yang dilakukan **Salehi (2018)** bahwa *Size* Berpengaruh signifikan terhadap CSR

Faktor terakhir dalam penelitian ini yang mampu mempengaruhi CSR adalah profit margin. Profit margin yang di distribusikan melalui rasio NPM adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih setelah dipotong pajak. Menurut Bastian dan Suhardjono dalam **Nisa (2016)** *Net Profit Margin* adalah perbandingan antara laba bersih dengan penjualan. Semakin besar NPM, maka kinerja perusahaan akan semakin produktif, sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor untuk

menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Rasio ini menunjukkan berapa besar persentase laba bersih yang diperoleh dari setiap penjualan.

Menurut **Rahmayanti (2017)** dalam jurnalnya menyatakan semakin tinggi profitabilitas maka manajer lebih termotivasi untuk memberikan informasi yang lebih terperinci termasuk kebebasan dan keleluasaan untuk menunjukkan dan mempertanggungjawabkan seluruh program sosialnya. Hal ini disebabkan manajer ingin meyakinkan investor akan profitabilitas (*net profit margin*) perusahaan.

Penelitian mengenai pengaruh profit margin terhadap CSR juga telah banyak dilakukan, diantaranya dilakukan oleh **Yuliarni & Kurniawati (2019)** yang menemukan bahwa profit margin yang diukur dengan rasio NPM berpengaruh signifikan terhadap CSR. Penelitian lainnya dilakukan oleh Utami (2019) yang juga menemukan bahwa *Net Profit Margin* berpengaruh secara signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Penelitian internasional yang dilakukan **Ompusunggu (2016)** bahwa *profit Margin (NPM)* Berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR

Dari uraian di atas membuat penulis tertarik ingin melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* dengan menggunakan variabel *Retur On Equity, Size, Dan Profit Margin*. Maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul Pengaruh *Retur On Equity (ROE), Size, dan Profit Margin* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Industri Dasar Kimia Dan Farmasi Yang Terdaftar Di Bei Periode 2014 – 2018).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah – masalah diatas maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut

1. Semakin ketatnya persaingan perusahaan yang menjalankan aktivitas csr meningkatkan citra perusahaan, agar dapat membawa keuntungan tersendiri bagi perusahaan, dan agar dapat menjamin keberlangsungan perusahaan
2. Dalam pengambilan keputusan investasi dapat dilihat dari kemampuan perusahaan menghasilkan laba (profit).
3. Semakin kurangnya kesadaran suatu perusahaan dalam memperhatikan lingkungan
4. Penilaian terhadap kinerja keuangan dalam dapat dilihat dari kemampuan perusahaan menghasilkan laba (profit).
5. Kondisi keuangan pada perusahaan tidak dapat menjamin keberlanjutan suatu perusahaan tersebut

1.3 Batasan Masalah

Dari uraian identifikasi masalah diatas, penulis membatasi pembahasannya tentang *Return On equity, Size, Profit Margin* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan khususnya Perusahaan Manufaktur Subsektor Industri Dasar Kimia dan Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2014 – 2018.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan atas uraian pada latar belakang masalah diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *return on equity* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor dasar kimia yang terdaftar di bursa efek indonesia 2014 - 2018?
2. Bagaimana pengaruh *size* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor dasar kimia yang terdaftar di bursa efek indonesia 2014 - 2018?
3. Bagaimana pengaruh profit margin terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor dasar kimia yang terdaftar di bursa efek indonesia 2014 - 2018?
4. Bagaimana pengaruh *retur on equity*, *size*, profit margin secara simultan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapaun tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah *return on equity* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

2. Untuk mengetahui apakah *size* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
3. Untuk mengetahui apakah *profit margin* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
4. Untuk mengetahui apakah *return on equity*, *size* dan *profit margin* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, antara lain :

1. Bagi Peneliti

Mempraktikkan teori dan ilmu manajemen keuangan yang selama ini diperoleh di bangku kuliah dengan membandingkan secara realitas dan juga lebih mengembangkan wawasan agar dapat berfikir kritis secara ilmiah

2. Bagi Perusahaan

Memberikan manfaat terkait langkah apa saja yang akan dilakukan pihak manajemen perusahaan agar meningkatkan kinerja keuangan dalam pengembangan perusahaan.

3. Bagi Investor

Sebagai bahan pertimbangan untuk selanjutnya pengambilan keputusan yang berhubungan dengan penanaman saham yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan.