

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan pesatnya persaingan dunia usaha maka pembangunan suatu negara bukan hanya menjadi tanggung jawab pemerintah saja, melainkan setiap orang juga berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan peningkatan kualitas hidup masyarakat. Dunia usaha berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan faktor lingkungan hidup. Sehingga membuat perusahaan tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (single bottom line), melainkan harus memperhatikan berbagai macam aspek yang meliputi aspek keuangan (profit), aspek sosial (people), dan aspek lingkungan (planet), yang biasa disebut triple bottom line. Oleh karena itu, perusahaan seharusnya sadar bahwa perusahaan harus melakukan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Sosial Responsibility*) terhadap lingkungan sekitar. *CSR* diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan (*Annual Report*).

Corporate Sosial Responsibility dilakukan sebagai upaya untuk mendapatkan manfaat jangka panjang bagi perusahaan berupaya kepercayaan dan loyalitas customers. Dengan kegiatan *Corporate Sosial Responsibility* sedemikian rupa, diharapkan stakeholders dapat memberikan kontribusi pada peningkatan daya saing perusahaan, apakah perusahaan tersebut listing di bursa saham atau tidak. Implementasi *Corporate Sosial Responsibility*, bagi stakeholder diharapkan tidak mengurangi kepentingannya, seperti stakeholder misalnya, tentunya tidak menginginkan laba perusahaan berkurang karena dikurangi oleh biaya implementasi *Corporate Sosial Responsibility*. Untuk itu pelaksanaan *Corporate Sosial Responsibility* di sector swasta dimungkinkan akan menghadapi kendala-kendala, terutama manakala

terjadi perbedaan persepsi dan kepentingan antara manajemen dengan stakeholder, khususnya pemegang saham.

Hal ini terbukti dengan maraknya pelaksanaan *Corporate Sosial Responsibility* belakangan ini. Jika ditinjau kembali, korporasi yang dulu hanya peduli pada keuntungan (*profit*), kini juga memperhatikan kesejahteraan masyarakat (*people*) disamping keseimbangan lingkungan (*planet*). Melalui *Corporate Sosial Responsibility*, korporasi kini lebih manusiawi. Jika kegiatan sosial dilakukan oleh lembaga sosial, tentu telah menjadi hal yang wajar. Namun masih banyak perusahaan tidak mau menjalankan program-program *Corporate Sosial Responsibility* perusahaan, karena melihat hal tersebut hanya sebagai pengeluaran biaya. *Corporate Sosial Responsibility* perusahaan tidak memberikan hasil secara keuangan dalam jangka pendek. Namun *Corporate Sosial Responsibility* perusahaan akan memberikan hasil baik langsung maupun tidak langsung pada keuangan perusahaan di masa mendatang. Investor juga ingin investasinya dan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaannya memiliki citra yang baik di mata masyarakat umum.

Sudah banyak kasus –kasus yang terjadi di Indonesia khususnya karena kurangnya kesadaran masyarakat luas mengenai pengungkapan *corporate social responsibility* dan yang paling menghebohkan dan masih berlangsung hingga kini, ialah kasus yang dilakukan oleh PT. Lapindo Brantas, daerah Sidoarjo pada tahun 2006. Terjadinya kebocoran pipa menjadi penyebab utama penyemburan lumpur di area pertambangan, dan mengakibatkan warga disekitar pertambangan mengungsi ke daerah lain. Disambung dengan yang dilakukan oleh PT. Freeport di daerah papua, lebih tepatnya dikota Mimika, pada tahun 2007 akibat pertambangan timah dan emas yang kurang terkontrol menyebabkan sumur-sumur warga di sekitar pertambangan tercemar oleh limbah yang disebabkan oleh operasi pertambanagn, dan rusaknya lingkungan sekitar akibat operasi pertambangan karena tidak adanya penghijauan lubang bekas operasi pertambangan.

Jika dilihat dari beberapa kasus diatas, masalah sosial dan lingkungan yang tidak diatur dengan baik oleh perusahaan ternyata memeberikan dampak yang sangat besar, bahkan tujuan meraih keuntungan dalam aspek bisnis malah berbalik menjadi kerugian yang berlipat. Oleh karena itu masalah pengelolaan sosial dan lingkungan untuk saat ini tidak bisa menjadi hal marginal, ditempatkan pada tahap kuratif atau aspek yang tidak dianggap penting dalam beroperasinya perusahaan. Tanggungjawab sosial perusahaan atau dikenal dengan istilah *Corporate Sosial Responsibility*, merupakan aspek penting yang harus dilakukan perusahaan dalam operasionalnya. Hal itu bukan semata-mata memenuhi peraturan perundang-undangan sebagaimana untuk perusahaan tambang diatur dalam Undang-Undang No 22 tahun 2001, maupun untuk Perseroan Terbatas (PT) diatur dalam Undang-Undang No 40 pasal 74 tahun 2007 melainkan secara logis terdapat hukum sebab akibat, dimana ketika operasional perusahaan memberikan dampak negatif, maka akan muncul respon negatif yang jauh lebih besar dari masyarakat maupun lingkungan yang dirugikan.

Setidaknya terdapat 3 (tiga) alasan penting mengapa perusahaan harus melaksanakan *corporate social responsibility*, khususnya terkait dengan perusahaan ekstraktif (Wibisono:2007). Pertama perusahaan merupakan bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Perusahaan harus menyadari bahwa mereka beroperasi dalam satu tatanan lingkungan masyarakat. Kegiatan sosial berfungsi sebagai kompensasi atau upaya timbal balik atas penguasaan sumber daya alam atau sumber daya ekonomi oleh perusahaan yang kadang bersifat ekspansif dan eksploratif, disamping sebagai kompensasi sosial karena timbul ketidaknyamanan pada masyarakat. Kedua kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. Untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat, setidaknya izin untuk melakukan operasi yang sifatnya kultural. Oleh karena itu, perusahaan

juga dituntut untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, sehingga bisa tercipta harmonisasi hubungan bahkan pendongkrakan citra dan performa perusahaan. Ketiga kegiatan *corporate social responsibility* merupakan salah satu cara untuk meredam bahkan menghindari konflik sosial. Potensi konflik itu bisa berasal akibat dari dampak operasional perusahaan atau akibat kesenjangan struktural dan ekonomis yang timbul antara masyarakat dengan komponen perusahaan.

Adanya Undang – Undang No 40 tahun 2007 tentang Pasar Modal dan Undang – Undang No 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial, membuat hal tersebut menjadi tuntutan bagi setiap perusahaan untuk menjalankan *corporate social responsibility* yang semakin besar. Tidak menutup kemungkinan bahwa *corporate social responsibility* menjadi kewajiban baru standar bisnis yang harus dipenuhi seperti layaknya standar *ISO*. Pada akhir tahun 2008 sudah diluncurkan *ISO 26000 on Sosial Responsibility*, sehingga tuntutan dunia usaha menjadi semakin jelas akan pentingnya program *corporate social responsibility* dijalankan oleh perusahaan apabila menginginkan keberlanjutan dari perusahaan tersebut. *corporate social responsibility* akan menjadi strategi bisnis yang inheren dalam perusahaan untuk menjaga atau meningkatkan daya saing melalui reputasi dan kesetiaan merk produk (*loyalitas*) atau citra perusahaan. Kedua hal tersebut akan menjadi keunggulan kompetitif perusahaan yang sulit ditiru oleh pesaing. Di lain pihak, adanya pertumbuhan keinginan dari konsumen untuk membeli produk berdasarkan kriteria-kriteria berbasis nilai-nilai dan etika akan merubah perilaku konsumen dimasa mendatang. Implementasi kebijakan *corporate social responsibility* adalah suatu proses yang terus-menerus dan berkelanjutan. Dengan demikian akan tercipta suatu ekosistem yang menguntungkan semua pihak misalnya konsumen mendapatkan produk unggul yang ramah lingkungan, produsen pun mendapatkan profit yang sesuai, yang pada akhirnya akan dikembalikan ke tangan masyarakat

secara tidak langsung. Untuk mencapai keberhasilan dalam melakukan program *corporate social responsibility*, diperlukannya komitmen yang kuat, partisipasi aktif serta ketulusan dari semua pihak yang peduli terhadap program-program *corporate social responsibility*. Program *corporate social responsibility* menjadi begitu penting karena kewajiban manusia untuk bertanggung jawab atas keutuhan kondisi-kondisi kehidupan manusia di masa datang.

Implementasi program *Corporate Sosial Responsibility* atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia telah diperkuat dengan diterbitkannya PPNo 47/2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) Perseroan Terbatas, yang direalisasikan sejak awal april 2012 oleh pemerintah. Selain itu, perusahaan juga harus melaporkan realisasinya masuk dalam laporan tahunan serta wajib dipertanggung jawabkan dalam Rapat Umum Pemegang Perusahaan. Laporan yang mengungkapkan kegiatan Tanggung Jawab Sosial perusahaan atau kegiatan *corporate social responsibility* ini, dikenal dengan laporan berkelanjutan perusahaan. Menurut *Global Reporting Initiative (GRI)*, (2013:85) menjelaskan bahwa laporan berkelanjutan merupakan dasar dalam melakukan pemikiran dan pelaporan terpadu organisasi berupa masukan untuk mengidentifikasi isu-isu yang material, tujuan strategis dan asesmen kemampuan organisasi dalam mencapai tujuan dan nilai dari waktu ke waktu.

Suatu entitas perusahaan dapat dilihat dari beberapa segi, diantaranya tingkat profitabilitas, leverage, dan lain sebagainya. Seperti profitabilitas dapat mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan perusahaan. Secara umum, perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil, karena perusahaan besar akan menghadapi risiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil (Laksmitaningrum, 2013). Perusahaan yang besar biasanya memiliki aktivitas yang lebih banyak dan kompleks, mempunyai dampak yang lebih besar terhadap masyarakat, memiliki

shareholder yang lebih banyak, serta mendapat perhatian lebih dari kalangan publik, maka dari itu perusahaan besar mendapat tekanan yang lebih dari kalangan publik, maka dari itu perusahaan besar mendapat perhatian lebih untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya (Amran dan Devi, 2008).

Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada tingkat penjualan, aset dan ekuitas. Tingkat profitabilitas dapat menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen perusahaan, semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka cenderung lebih banyak informasi yang diungkapkan karena ingin menunjukkan kepada *public* dan *stakeholders* bahwa perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi dibandingkan dengan perusahaan lain pada industri yang sama. Menurut Soedarmaji dan Sularto (2007), yang menyatakan bahwa suatu perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan melakukan pengungkapan yang lebih luas sebagai salah satu upaya untuk meyakinkan pihak eksternal bahwa perusahaan berada dalam persaingan yang kuat dan juga memperlihatkan kinerja perusahaan yang baik pada saat itu. Rasio profitabilitas mengukur kemampuan para eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, set bersih perusahaan maupun modal sendiri.

Leverage adalah perbandingan antara dana yang diperoleh dari ektern perusahaan dengan dana yang dimiliki oleh perusahaan. *Leverage* memberikan gambaran pula mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dinilai dengan tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Scott (2000) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi *Leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibanding laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan

lebih sedikit mengungkapkan *corporate social responsibility* supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi.

Corporate Social Responsibility memiliki kaitan erat dengan *corporate governance*, keduanya memiliki kedudukan yang kuat dalam dunia bisnis namun berhubungan satu sama lain. Tanggung jawab sosial berorientasi kepada para stakeholders, hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip *corporate governance* yaitu *responsibility*, sedangkan pengungkapan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan sejalan dengan prinsip transparansi (Murwaningsari, 2009). Pedoman umum *corporate governance* Indonesia (2006) menyatakan bahwa sebuah perusahaan harus mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai *good corporate citizen*. Hal ini menjelaskan bahwa dengan menerapkan penerapan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan secara benar berarti juga memenuhi prinsip responsibilitas yang diusung oleh *corporate governance*. Salah satu implementasi *corporate governance* di perusahaan adalah dengan melaksanakan *corporate social responsibility*. Penerapan *corporate governance* membentuk perusahaan untuk lebih transparan, bertanggung jawab, independen dan meningkatkan pengungkapan *corporate social responsibility*. Mekanisme *GCG (Good Corporate Governance)* akan bermanfaat dalam mengatur dan mengendalikan perusahaan sehingga menciptakan nilai tambah untuk semua stakeholders.

Penelitian yang dilakukan Devi Widya Astuti (2019) bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; (1) *Profitabilitas* berpengaruh positif terhadap luas tanggung jawab sosial perusahaan; (2) *Leverage* tidak berpengaruh negatif terhadap luas tanggung jawab sosial perusahaan.(3)

Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab social perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Wayan Rusmana Putri (2018) bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas pada pengungkapan corporate social responsibility dengan good corporate governance dan leverage sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; (1) Profitabilitas berpengaruh positif pada pengungkapan *corporate social responsibility*; (2) tidak terdapat pengaruh komposisi komisaris independen pada pengungkapan *corporate social responsibility*; (3) terdapat pengaruh Leverage pada pengungkapan *corporate social responsibility*; (4) bahwa komposisi komisaris independen tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas pada pengungkapan *corporate social responsibility*.

Penelitian yang dilakukan Sarah (2019) bertujuan untuk menganalisis pengaruh firm age dan leverage terhadap corporate social responsibility dengan kepemilikan institusional sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; (1) bahwa leverage berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*; (2) kepemilikan institusional memiliki pengaruh terhadap *corporate social responsibility*; (3) leverage terhadap *corporate social responsibility* dengan kepemilikan institusional sebagai variabel moderasi dengan hubungan memperkuat.

Alasan yang digunakan untuk memilih objek perusahaan pertambangan karena memiliki kegiatan operasional yang langsung bersentuhan dengan alam dan lingkungan, kerusakan lingkungan merupakan dampak yang terjadi akibat kegiatan operasionalnya. Indonesia merupakan salah satu negara dengan kekayaan sumber daya alam yang melimpah, salah satunya adalah bahan tambang. Tidak dapat dipungkiri lagi, industri pertambangan di Indonesia tetap menjadi primadona utama bagi investor untuk berinvestasi didalamnya. Sektor pertambangan merupakan sektor yang strategis untuk memenuhi

kebutuhan bahan baku industri dalam negeri, memenuhi kebutuhan energi, menghasilkan devisa bagi pembangunan, menyediakan lapangan kerja dan menciptakan kesempatan-kesempatan berusaha bagi lingkungan sekitarnya. Itulah mengapa pertambangan menjadi salah satu pilar pembangunan ekonomi nasional.

Penelitian ini mencoba untuk mengetahui sejauh mana perusahaan menunjukkan tanggung jawabnya terhadap kepentingan sosial dengan membrikan informasi sosial. Serta dengan keberadaan *Good Corporate Governance* dapat memberikan pengaruh pada perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan latar belakang di atas dan hasil penelitian mengenai luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan latar belakang di atas dan hasil penelitian mengenai luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan membahas permasalahan tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah *Profitabilitas* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia* ?
2. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia* ?
3. Apakah *Good Corporate Governance* memoderasi hubungan *Profitabilitas* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada sector perusahaan pertambangan yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia* ?
4. Apakah *Good Corporate Governance* memoderasi hubungan *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada

perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menjawab permasalahan yang ada pada rumusan masalah, yaitu :

1. Untuk menganalisis pengaruh *Profitabilitas* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia*.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia*.
3. Untuk menganalisis memoderasi pengaruh *Profitabilitas* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia*.
4. Untuk menganalisis *Good Corporate Governance* memoderasi pengaruh *Leverage* pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia*.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak antara lain:

Manfaat Teoritis

- a. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai masalah faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility Disclosure* selain itu peneliti selanjutnya juga bisa menambahkan variable lain dalam penelitian selanjutnya guna mendapatkan hasil yang lebih akurat lagi.

Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menyediakan bukti empiris adanya kesadaran perusahaan dalam menerapkan *Corporate Sosial Responsibility Disclosure* demi kemajuan perusahaan sehingga perusahaan dapat bertahan lama dan berkelanjutan (*sustainable*).

b. Bagi Investor

Memberikan informasi mengenai *Corporate Sosial Responsibility Disclosure* yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pertimbangan investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.