

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perusahaan dalam perkembangannya selalu berusaha untuk mempertahankan keunggulan bisnis dalam meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan memiliki tujuan dalam menjalankan operasional perusahaannya. Adapun kehadiran berbagai macam bentuk perusahaan tersebut di tengah-tengah masyarakat telah menimbulkan polemik tersendiri seperti terkait isu pencemaran lingkungan oleh perusahaan serta kepedulian perusahaan terhadap kesejahteraan masyarakat. Perusahaan melakukan berbagai jenis tindakan sosial sebagai bentuk kontribusi dalam pemeliharaan lingkungan. Implementasi sebagai wujud kontribusi perusahaan dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau disebut dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Pengungkapan tanggung jawab sosial itu sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan atau laporan sosial terpisah.

Tanggung jawab sosial dimaknai sebagai komitmen jangka panjang perusahaan untuk bertindak secara etis dan sesuai dengan hukum yang berlaku guna memberikan kontribusi dalam pembangunan ekonomi nasional termasuk peningkatan kualitas hidup dan lingkungan bagi karyawan, kelompok sosial dan masyarakat secara luas. Pengungkapan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya bagi kepentingan pembangunan manusia dan lingkungan secara berkelanjutan berdasarkan prosedur yang tepat dan profesional dapat menarik perhatian positif dari masyarakat sehingga bertanggung jawab sosial semakin baik.

Variabel kepemilikan institusional dalam penelitian ini memiliki posisi sebagai variabel moderasi. Variabel moderasi digunakan untuk menilai apakah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen akan semakin kuat atau semakin lemah dengan adanya variabel moderasi tersebut.

Penelitian akan menguji bagaimana pengaruh *leverage*, likuiditas, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan agresivitas pajak terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ketika perusahaan memiliki perbedaan positif dan negatif yang besar atau kecil. Berikut terdapat beberapa berita fenomena *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan non keuangan antara lain :

Tabel 1.1 Fenomena Terhadap CSR

No.	Tahun	Nama Perusahaan	Fenomena
1	2018	PT Argo Wiratama	Pada tahun 2018 PT Argo Wiratama tidak merealisasikan dana CSR terhadap masyarakat sekitar. Sehingga perusahaan mendapatkan surat peringatan, jika tetap tidak diindahkan maka akan dikirim surat peringatan sebanyak tiga kali. Sesuai Peraturan Daerah, dalam Bab XII tentang sanksi pasal 35 berbunyi jika perusahaan tidak mengeluarkan dana CSR maka sanksi berupa peringatan tertulis sebanyak tiga kali, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha dan pencabutan izin kegiatan usaha. Ini dilakukan agar perusahaan merealisasikan CSR untuk masyarakat. Perusahaan juga harus memperhatikan kehidupan sosial, pendidikan, budaya, lingkungan dan kegiatan kemasyarakatan 1.
2	2020	PT Astra International Tbk	Pada tahun 2020, ASII mencatatkan pendapatan bersih sebesar Rp 175,04 triliun atau turun 26,19% (yoy). Di sisi bottom-line, ASII membukukan penurunan laba bersih diatribusikan kepada pemilik entitas induk sebesar 25,52% (yoy) menjadi Rp 16,16 triliun di akhir tahun lalu. PT Astra International melakukan kegiatan CSR dengan berpegang pada empat pilar, yaitu kesehatan, pendidikan, lingkungan, dan kewirausahaan. Astra International fokus pada program – program pelatihan dan pendampingan ketimbang hanya sekedar memberikan donasi. Sebab perusahaan ini menilai bahwa pemberian program pelatihan dan pendampingan akan memiliki dampak yang lebih luas dan bersifat jangka panjang. Salah satu contohnya berupa pembinaan yang dilakukan ASII untuk masyarakat di 133 Kampung Berseri Astra dan 930 Desa Sejahtera Asia (DSA) yang tersebar di 34 provinsi di seluruh Indonesia. Dampak pembinaan di 930 DSA yakni 194 UMKM di DSA tersebut berhasil mengekspor 74 produk lokal unggulan. Dengan begitu, kesejahteraan mereka meningkat 2.
3	2020	PT Timah Tbk	Sepanjang tahun 2020 PT Timah mengelontorkan anggaran sebesar Rp 59,58 miliar dalam melaksanakan CSR terhadap pengembangan sosial kemasyarakatan. Dana ini disalurkan dalam tiga program yakni Rp 19,12 miliar untuk Program Kemitraan, Program Bina Lingkungan sebesar Rp 8,70 miliar dan Rp 31,76 miliar untuk Program Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat (PPM). Hal ini sebagai bentuk komitmen PT Timah yang memiliki kaitan erat dengan aspek ekonomi dan sosial budaya. Melalui CSR ini perusahaan dapat menjembatani kegiatan ekonomi masyarakat yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat 3.

Berdasarkan fenomena pada tabel 1.1 dapat dilihat masih ada perusahaan yang tidak merealisasikan *CSR*. Terkait dengan hal itu, perusahaan yang tidak merealisasikan *CSR* akan ditindak sesuai dengan aturan Perda yang berlaku. Aturan jika tidak merealisasikan dana *CSR* langkah awal akan diberikan peringatan tertulis dan sanksi terberat bisa berupa pencabutan izin kegiatan usaha. Adapun perusahaan lainnya yang menjalankan program *CSR* dengan melakukan kegiatannya, seperti dalam bidang kesehatan, pendidikan, lingkungan, dan kewirausahaan. Perusahaan yang menjalankan program *CSR* pasti akan dilihat investor untuk menanamkan saham pada perusahaan yang menjalankan *CSR* sebagai perusahaan yang dinilai dapat memberikan dampak pelatihan maupun pendampingan yang akan memiliki dampak yang lebih luas dan bersifat jangka panjang untuk meningkatkan kesejahteraan.

Leverage merupakan rasio untuk mengukur seberapa besar rasio antara total kewajiban dengan total modal perusahaan. Semakin tinggi rasio *leverage* maka semakin besar pula kewajiban perusahaan untuk memenuhi kebutuhan informasi kreditur jangka panjang. Dengan menyediakan informasi secara lebih lengkap untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka dan apabila dari hasil perhitungan, perusahaan ternyata memiliki rasio *leverage* yang tinggi, hal ini akan berdampak timbulnya kerugian lebih besar, tetapi juga ada kesempatan mendapat laba besar. Dalam mengurangi asimetri informasi perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi akan melakukan pengungkapan *CSR* makin banyak, sehingga mengakibatkan menguatnya tekanan kreditur dan investor terhadap perusahaan. Adapun hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial⁴. Sedangkan penelitian lainnya menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial⁵. Dengan adanya kepemilikan institusional, perusahaan akan melakukan pengawasan terhadap kewajiban jangka panjang yang lebih optimal. Teori agensi menjelaskan bahwa kepemilikan institusi yang tinggi akan lebih jauh mengawasi kebijakan yang diambil perusahaan, termaksud *leverage* yang dipengaruhi oleh *CSR*.

Rasio likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi jangka pendeknya. Kemampuan perusahaan dengan likuiditas yang tinggi

akan berhubungan dengan pengungkapan sosial yang tinggi. Dengan likuiditas yang tinggi berarti perusahaan mempunyai kemampuan untuk membiayai dan melakukan kegiatan yang berkaitan dengan *CSR*. Sehingga perusahaan lebih mampu untuk mengungkapkan kegiatan yang lebih luas. Adapun hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial⁴. Sedangkan penelitian lainnya menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial⁵. Dengan adanya kepemilikan institusional, perusahaan akan lebih mengawasi terhadap kebijakan yang diambil perusahaan yaitu kewajiban jangka pendek. Berdasarkan teori agensi, perusahaan yang memiliki kepemilikan institusional yang tinggi akan mampu meningkatkan tingkat likuiditas perusahaan, karena kemampuan dalam menjamin kewajiban jangka pendek terpenuhi. Semakin tinggi likuiditas maka pengungkapan *CSR* perusahaan meningkat.

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat memberikan pengaruh dalam pengambilan keputusan investasi. Ukuran perusahaan menunjukkan seberapa besar dan kecilnya suatu perusahaan. Ukuran Perusahaan yang lebih besar akan melakukan aktivitas operasional sehingga memiliki pengaruh terhadap masyarakat. Oleh karena itu, semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin besar pula kemampuan perusahaan dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya dimana suatu aktivitas *CSR* cenderung membutuhkan biaya yang cukup besar. Pengeluaran biaya tersebut akan berdampak kepada kebijakan informasi secara luas mengenai aspek sosial dan lingkungan. Adapun hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan⁶. Sedangkan penelitian lainnya menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan⁷. Dengan adanya kepemilikan institusional akan mendorong peningkatan lebih optimal terhadap manajemen. Perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih tinggi akan mengungkapkan informasi lebih luas dengan tujuan mengurangi biaya keagenan tersebut sehingga dapat memperkuat ukuran perusahaan yang dipengaruhi oleh *CSR*.

Rasio Profitabilitas digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Perusahaan dikatakan

baik apabila memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi. Profitabilitas merupakan suatu kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba agar meningkatkan nilai pemegang saham serta membuat manajemen dapat mengungkapkan *CSR* kepada pemegang saham. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosialnya. Adapun hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan⁵. Sedangkan penelitian lainnya menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan⁷. Dengan adanya kepemilikan institusional memperoleh dorongan institusi keuangan untuk mengawasi manajemen untuk mengoptimalkan nilai perusahaan sehingga dapat memperkuat profitabilitas yang dipengaruhi oleh *CSR*.

Agresivitas pajak dapat dikatakan kegiatan yang direncanakan oleh perusahaan secara sengaja untuk mengurangi beban pajak pada perusahaan dengan mementingkan keuntungan perusahaan. Dengan adanya *CSR* tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan serta dapat mendorong kualitas hidup masyarakat dalam pendanaan barang publik seperti pendidikan, pertahanan nasional, kesehatan masyarakat, hukum dan dapat meningkatkan para pemangku kepentingan perusahaan. Adapun hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa agresivitas pajak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial⁸. Sedangkan penelitian lainnya menyatakan bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial⁹. Dengan adanya kepemilikan institusional, aktivitas suatu perusahaan akan menjadi agresif pajak, dimana pemegang saham lebih besar dari pemegang saham institusi maka akan melakukan intervensi terhadap manajemen yang akan menyebabkan meminimalisir jumlah pajak perusahaan sehingga dapat memperkuat agresivitas pajak yang dipengaruhi oleh *CSR*.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini akan lebih difokuskan pada faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dengan Kepemilikan Institusional sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Non Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan apa yang dikemukakan dalam latar belakang maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah *Leverage*, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Agresivitas Pajak berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017-2020?
- b. Apakah Kepemilikan Institusional mampu memoderisasi hubungan *Leverage*, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Agresivitas Pajak dengan pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017-2020?

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup penelitian ini yaitu :

- a. Variabel Dependen : Pengungkapan tanggung jawab sosial
- b. Variabel Independen :
 1. *Leverage* diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio (DER)*
 2. Likuiditas diproksikan dengan *Current Ratio (CR)*
 3. Ukuran Perusahaan
 4. Profitabilitas diproksikan dengan *Return on Asset (ROA)*
 5. Agresivitas Pajak diproksikan dengan *Cash Effective Tax Rate (CETR)*
- c. Variabel Moderasi : Kepemilikan Institusional
- d. Objek Penelitian : Perusahaan Non Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
- e. Periode Pengamatan Penelitian : Tahun 2017-2020

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang diuraikan diatas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Leverage*, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Agresivitas Pajak terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial baik secara simultan dan parsial pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020.

- b. Untuk mengetahui dan menganalisis kemampuan kepemilikan institusional dalam memoderisasi hubungan *Leverage*, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Agresivitas Pajak dengan pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020

1.5. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan akan memperoleh manfaat bagi :

a. Manajemen Perusahaan

Peneliti ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada perusahaan ataupun manajerial dalam meningkatkan *CSR* dalam pengambilan keputusan agar lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial.

b. Investor dan calon investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan kepada pihak investor dan calon investor mengenai hubungan variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga para investor mampu menganalisis *CSR* yang baik agar dapat mempertimbangkan keputusannya untuk berinvestasi.

c. Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan para pembaca atau sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian berhubungan dengan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial.

1.6. Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan dengan judul “Pengaruh *Leverage*, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Dengan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Moderasi” (Studi empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018)¹⁰.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah :

1. Dari segi variabel Independen

Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen leverage, likuiditas, dan ukuran perusahaan. Sedangkan pada penelitian ini menambahkan profitabilitas dan agresivitas pajak.

a. Profitabilitas

Peneliti menambah variabel profitabilitas karena kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba atau profit dengan suatu ukuran dalam persentase untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba dan keuntungan. Dengan tingginya laba atau profit dapat menarik investor dan perusahaan memiliki peluang mengembangkan usahanya sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial semakin baik. Perusahaan yang memiliki keuntungan akan lebih tertarik untuk menjelaskan melalui pengungkapan tanggung jawab sosial, bagaimana mereka menghasilkan profitabilitas mereka daripada perusahaan yang kurang menguntungkan¹.

b. Agresivitas Pajak

Peneliti menambah variabel agresivitas pajak karena perusahaan yang terbukti melakukan kegiatan agresivitas pajak akan cenderung melakukan pengungkapan informasi yang lebih banyak yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial pada berbagai bidang dengan tujuan untuk meringankan perhatian publik serta mencari simpati dari masyarakat. Semakin tinggi tingkat agresivitas pajaknya maka akan meningkat juga pengungkapan tanggung jawab sosialnya⁸.

2. Dari segi tahun pengamatan

Peneliti sebelumnya melakukan pengamatan pada periode 2015-2018, sedangkan pada penelitian ini dilakukan pengamatan pada periode 2017-2020.

3. Dari segi objek pengamatan

Penelitian sebelumnya melakukan pengamatan pada perusahaan manufaktur, sedangkan pada penelitian ini melakukan pengamatan pada perusahaan non keuangan.