

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fenomena saat ini yang sedang berkembang menuntut perubahan tataan kehidupan yang baru dalam berbagai bidang ekonomi, sosial, budaya dan politik. Dalam hal ini semakin banyak perusahaan yang bersaing ketat dan menyebabkan perusahaan memakai cara agar dapat meraih keuntungan yang tinggi dan dituntut untuk mengejar profit. Ketika perusahaan semakin maju dan berkembang pesat pada saat itulah munculnya permasalahan sosial dan juga munculnya kerusakan lingkungan yang semakin meningkat yang disebabkan adanya eksploitasi perusahaan secara tidak terkendali, perusahaan dalam meningkatkan labanya akan dapat mengganggu keseimbangan lingkungan (Paramitha, 2016). Hal ini menyebabkan dalam perusahaan seringkali mengabaikan masalah sosial seperti kesejahteraan karyawan, keamanan lingkungan, kepedulian sosial, masalah sekitar perusahaan secara langsung maupun tidak langsung, dan masalah lainnya akan hal pencemaran lingkungan akibat limbah produksi.

Dalam hal ini menyebabkan masyarakat banyak menuntut agar perusahaan memperhatikan akan dampak sosial yang akan ditimbulkan

dan berupaya dapat mengatasinya. Berdasarkan tuntutan hal tersebut serta adanya perkembangan teknologi dan informasi pada saat ini, perusahaan harus dapat melakukan perubahan terhadap tanggung jawab aktivitas sosialnya dan hubungan baik dengan lingkungan sekitar perusahaan. Sehingga muncul suatu konsep dalam akuntansi baru dengan penilaian dampak sosial dan juga pertanggung jawaban sosial atau (*Social Responsibility Accounting*) atau disebut *SRA*. *SRA* didalam ruang lingkup perusahaan yang dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) atau disebut *CSR*. Dalam *CSR* ini akan disosialisasikan kepada masyarakat yang melalui suatu pengungkapan sosial dalam sebuah laporan tahunan perusahaan Lie Sha (2014).

Banyaknya pemikiran-pemikiran yang melandasi *CSR* yaitu bahwa perusahaan-perusahaan tidak cukup memiliki kewajiban ekonomi dan kewajiban lain kepada pemegang saham tetapi perusahaan juga harus menjalankan kewajiban-kewajiban yang jangkauannya melebihi dari kewajiban ekonomi dan kewajiban dengan pemegang saham.

Tanggung jawab sosial perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua pemangku kepentingan yang termasuk didalamnya seperti pemilik, investor, pelanggan, pemasok, pegawai, komunitas, pemerintah. Perusahaan juga diharapkan tidak hanya dapat mementingkan kepentingan dengan pemilik modal dalam hal investor maupun kreditor tetapi juga dengan konsumen, karyawan dan juga masyarakat. Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab dengan kepentingan manajemen saja tetapi perusahaan

juga harus memiliki tanggung jawab sosial dengan para pihak-pihak diluar manajemen ataupun *shareholder* dan *stakeholder*.

Berdasarkan CNN Indonesia, hasil riset *Centre for Governance, Institutions and Organizations National University of Singapore Business School*, memaparkan bahwa negara Indonesia pada tahun 2016 dikategorikan sebagai rendahnya akan tingkat pemahaman perusahaan akan adanya praktik CSR. Jika dilihat dari kualitasnya, praktik CSR jauh lebih baik diimplementasikan perusahaan-perusahaan Singapura dan Thailand dibandingkan dengan Indonesia dan Malaysia. Riset itu memaparkan Thailand menjadi negara dengan kualitas implementasi CSR paling tinggi dengan nilai 56,8 dari total 100, sementara Singapura 48,8. Indonesia mendapatkan nilai 47,7 (kriteria penilaian kualitas tersebut diambil berdasarkan sejumlah indikator dari kerangka *Global Reporting Initiative (GRI)*). Hal ini dilatarbelakangi oleh adanya kasus dari perusahaan yang tidak memperhatikan aspek lingkungan maupun sosial dan selalu mengedepankan tata kelola perusahaan yang sehat seperti kasus pencemaran lingkungan karena eksploitasi sumber daya alam yang meningkatkan polusi dan limbah pabrik, rendahnya kualitas dan keamanan produk maupun kesenjangan sosial lainnya.

Menurut Oktariani (2013) banyaknya perusahaan di Indonesia yang telah melaksanakan aktivitas CSR dilapangan, tetapi belum banyak yang melakukan pengungkapan aktivitas tersebut dalam sebuah laporan. Hanya beberapa perusahaan yang telah mengungkapkan informasi lingkungan dan tanggung jawab sosial didalam laporan tahunan perusahaan.

Menurut Paramitha (2016) kesadaran perusahaan atas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan juga masih sangat rendah. Perusahaan akan mempertimbangkan biaya dan manfaat dalam mengungkapkan informasi sosial perusahaan. Jika manfaat yang diperoleh lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan maka perusahaan akan secara sukarela mengungkapkan informasi tersebut. Selama ini banyak perusahaan yang berusaha untuk mencapai laba yang tinggi dan mengecilkan pengorbanan yang dilandasi oleh kepentingan pribadi bagi perusahaan tersebut. Sebagai akibatnya banyak terjadi berbagai kejadian keuangan maupun lingkungan yang merugikan masyarakat dan dunia bisnis. Beberapa tahun belakangan ini juga, isu mengenai CSR di Indonesia telah menjadi isu yang sering sekali dibicarakan.

Tujuan pengungkapan (*disclosure*) merupakan suatu penyajian informasi yang dipandang perlu untuk mencapai suatu tujuan pelaporan keuangan dan melayani kebutuhan berbagai pihak yang mempunyai kepentingan yang beraneka ragam atau berbeda-beda (Sukasih dan Sugiyanto, 2017). Di negara Indonesia praktik pengungkapan tanggung jawab sosial diatur oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dalam pernyataan Standar Akuntansi Keuangan

(PSAK) No. 1 Paragraf 9, yang menyatakan bahwa “perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting.”

Dengan adanya laporan pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan ini bertujuan untuk terjalinnya suatu hubungan komunikasi yang efektif dan baik antara hubungan perusahaan dengan publik ataupun dengan para pemangku kepentingan lainnya mengenai bagaimana perusahaan telah menjalankan praktik CSR. Dalam pengungkapan CSR yang benar dan sesuai dengan harapan para pemangku kepentingan akan menimbulkan suatu sinyal yang baik berupa nilai *goodness* diberikan dari manajemen kepada publik bahwa perusahaan tersebut sudah memiliki dan menjalankan suatu prospek yang baik dan bagus pada masa depan dan terciptanya pembangunan berkelanjutan Istifaroh (2017).

Pentingnya pembangunan berkelanjutan ini yang dijalankan oleh *stakeholder* untuk perusahaan dengan mendorong perusahaan untuk dapat mengungkapkan praktik-praktik ataupun kegiatan CSR yang sudah dilakukan oleh perusahaan. Peran *stakeholder* bagi perusahaan untuk secara lebih efektif dalam menjalankan kegiatan lingkungannya serta dalam hal tuntutan untuk perusahaan agar menjadi akuntabel dan juga dapat meningkatkan perusahaan yang melakukan pengungkapan akan hal *Corporate Social Responsibility*.

Dalam penelitian ini pemilihan sampel yaitu perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi, karena perusahaan manufaktur dalam sektor industri barang konsumsi lebih banyak memberikan pengaruh ataupun dampak yang diberikan dari perusahaan terhadap lingkungan luas dari adanya aktivitas-aktivitas yang dilakukan perusahaan dan perusahaan manufaktur ini memenuhi segala aspek dalam hal pengungkapan CSR. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi akan memberikan berbagai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang luas dan memenuhi. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi juga memiliki kontribusi yang sangat besar dalam masalah polusi, keamanan produk, limbah dan juga tenaga kerja. Dikarenakan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi ini merupakan perusahaan yang paling banyak melakukan interaksi dengan masyarakat luas. Jika dilihat dari produksinya, perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi akan menghasilkan limbah produksi dan hal ini berhubungan langsung dengan terciptanya pencemaran lingkungan.

Selain itu juga perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi juga merupakan suatu perusahaan yang menjual dan menawarkan produk kepada konsumen sehingga dalam keselamatan maupun keamanan produknya menjadi bagian hal yang terpenting untuk diungkapkan kepada masyarakat. Dalam penjabaran ini, hal-hal inilah yang membedakan perusahaan manufaktur dengan perusahaan lainnya ataupun perusahaan perbankan dan dalam hal ini yang menjadikan alasan yang sangat kuat untuk dilakukannya

penelitian mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang berada di Indonesia.

Terdapatnya faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu dalam penelitian ini faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu ukuran dewan komisaris, likuiditas, agresivitas pajak. Perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang besar akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang semakin efektif mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan tidak hanya memaksimalkan labanya tetapi juga harus memperhatikan aspek lingkungan dan sosial. Jika dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar dalam mengungkapkannya. Keberadaan dewan komisaris akan semakin menambah efektifitas pengawasan. Berdasarkan hasil dari penelitian sebelumnya adanya ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR telah dibuktikan oleh Agung (2015), ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR telah dibuktikan juga oleh Wulantika Oktariani (2013), ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR telah dibuktikan juga oleh Purwanto (2013), ukuran dewan komisaris berpengaruh yang signifikan terhadap CSR *disclosure* telah dibuktikan oleh Amelia (2015), ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap CSR *disclosure* (Paramitha, 2016). Namun hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang diteliti oleh Sukasih dan Sugiyanto

(2017) bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap CSR *disclosure*.

Faktor penelitian yang mempengaruhi pengungkapan CSR selanjutnya yaitu likuiditas. Likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Semakin tinggi angka rasio likuiditas, maka akan semakin baik lagi investor. Perusahaan yang diminati oleh investor adalah perusahaan yang cukup tinggi untuk standar perusahaan sejenisnya. perusahaan yang ditunjukkan rasio likuiditas tinggi akan berhubungan dengan tingkat pengungkapan CSR yang tinggi. Hal ini didasari bahwa kuatnya keuangan suatu perusahaan akan cenderung memberikan informasi yang luas dari pada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang lemah Mudjiyanti (2017). Berdasarkan penelitian sebelumnya likuiditas berpengaruh negatif terhadap CSR *disclosure* telah dibuktikan oleh Rina Mudjiyanti (2017), likuiditas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap CSR *disclosure* telah dibuktikan oleh Hantono (2017) dan dibuktikan juga oleh Rian (2015). Namun, hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan hasil penelitian dari Utami (2018) bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Faktor penelitian yang mempengaruhi pengungkapan CSR selanjutnya adalah Agresivitas Pajak. Lanis dan Richardson (2012) menjelaskan bahwa pajak merupakan suatu faktor pendorong dalam keputusan perusahaan. Tindakan manajerial yang dirancang semata-mata untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan agresif pajak menjadi fitur yang semakin umum

dari kaca mata perusahaan diseluruh dunia. Namun demikian, agresivitas pajak perusahaan dapat menghasilkan biaya dan manfaat yang signifikan. Berdasarkan pada penelitian sebelumnya agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR telah dibuktikan oleh Kusumo (2017), penelitian sebelumnya meneliti bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR telah dibuktikan juga oleh Plorensia (2015).

Dalam penelitian mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sudah diteliti oleh peneliti lain, tetapi dalam penelitian ini memiliki keterbaruan yaitu pada variabel agresivitas pajak dan pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR yang baru diteliti oleh beberapa peneliti pada tahun 2017 dan hasil penelitian variabel agresivitas pajak terhadap pengungkapan CSR memiliki pengaruh yang positif dan konsisten, oleh karena itu peneliti ingin meneliti kembali dan memastikan apakah benar perusahaan yang telah melakukan tindakan agresivitas pajak akan mengungkapkan pengungkapan CSR lebih banyak.

Berdasarkan paparan diatas yang sudah peneliti paparkan, fenomena pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan topik yang menarik untuk peneliti teliti, serta adanya beberapa perbedaan dari hasil penelitian-penelitian sebelumnya yang sudah dipaparkan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Likuiditas dan Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan**

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016”.

B. Rumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- 1) Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
- 2) Apakah likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
- 3) Apakah agresivitas pajak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dalam rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- 1) Menguji secara empiris pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
- 2) Menguji secara empiris pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
- 3) Menguji secara empiris agresivitas pajak terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian dibagi menjadi 2 yaitu sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membuktikan pengaruh dari ukuran dewan komisaris, likuiditas dan agresivitas pajak terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga akan mendukung teori pesinyalan (*signalling theory*) yang menekankan bahwa seluruh informasi berasal dari perusahaan akan direspon oleh investor sehingga dapat menarik perhatian para calon investor untuk berinvestasi di perusahaan dan menambah kepercayaan investor mengenai dana yang diinvestasikannya dan kegunaan teoritis lainnya memberikan kontribusi dan acuan yang baik pada ilmu akuntansi keuangan, khususnya dalam bidang pengungkapan CSR di Indonesia dan juga diharapkan mampu memberikan pengetahuan kepada publik mengenai jenis-jenis informasi apa saja yang termasuk dalam pengungkapan CSR pada setiap tahunnya dan hasil dari penelitian ini diharapkan akan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Kegunaan Praktis

- 1) Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sehingga dapat digunakan sebagai masukan untuk meningkatkan pengungkapan

tanggung jawab sosial perusahaan dan melalui *CSR disclosure* ini juga diharapkan mampu memotivasi perusahaan-perusahaan agar dapat membuat *annual report* maupun *sustainability report* yang transparan, jujur dan lengkap sehingga dapat menarik perhatian para calon investor untuk berinvestasi di perusahaan dan menambah kepercayaan investor mengenai dana yang diinvestasikannya di perusahaan dan memberikan nilai atau citra baik perusahaan.

- 2) Bagi investor, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam berinvestasi dan juga diharapkan dapat membantu para investor dalam menilai aktivitas perusahaan melalui pengungkapan CSR, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan yang cukup memadai sebelum mengambil keputusan berinvestasi.