

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Pasar Modal mempunyai peranan penting dalam suatu negara, yang pada dasarnya peranan tersebut mempunyai kesamaan antara negara yang satu dengan negara yang lain. Hampir semua negara didunia ini mempunyai Pasar Modal, yang bertujuan menciptakan fasilitas bagi keperluan industri dan keseluruhan entitas dalam memenuhi permintaan dan penawaran modal. Pasar modal (*capital market*) merupakan pasar untuk berbagai instrumen keuangan jangka panjang yang bisa diperjualbelikan, baik surat utang (*obligasi*), saham, reksa dana, instrumen derivatif maupun instrumen lainnya. Pasar modal merupakan sarana pendanaan bagi perusahaan maupun institusi lain (misalnya pemerintah), dan sebagai sarana bagi kegiatan berinvestasi. Dengan demikian, pasar modal memfasilitasi berbagai sarana dan prasarana kegiatan jual beli dan kegiatan terkait lainnya. Indonesia memiliki pasar modal yang juga memperdagangkan berbagai instrumen keuangan yaitu Bursa Efek Indonesia.

Bursa Efek Indonesia merupakan tempat atau wadah bagi para pelaku saham untuk memperdagangkan atau memperjualbelikan setiap saham/efek yang mereka miliki dan ingin beli. Bursa Efek Jakarta terletak di Jakarta dan memperdagangkan efek diseluruh Indonesia. Bursa Efek Indonesia (disingkat BEI, atau *Indonesia Stock Exchange (IDX)*) merupakan bursa hasil penggabungan dari Bursa Efek Jakarta (BEJ) dengan Bursa Efek Surabaya (BES). Sejak 1 Desember 2007, pemerintah memutuskan untuk menggabung Bursa Efek Jakarta sebagai pasar saham dengan Bursa Efek Surabaya sebagai pasar obligasi dan derivatif, demi efektivitas operasional dan transaksi.

Untuk memberikan informasi yang lebih lengkap tentang perkembangan bursa kepada publik, Bursa Efek Indonesia menyediakan data pergerakan harga saham melalui media cetak dan media elektronik. Salah satu indikator pergerakan harga saham tersebut adalah Indeks Sektoral, yang merupakan sub indeks dari Indeks

Harga Saham Gabungan. Indeks Sektoral menggunakan semua emiten yang ada pada masing-masing sektor. Semua emiten yang tercatat di Bursa Efek Indonesia diklasifikasikan dalam sembilan sektor menurut klasifikasi industri yang telah ditetapkan Bursa Efek Indonesia, yang diberi nama JASICA (*Jakarta Industrial Classification*). Kesembilan sektor tersebut adalah:

1. Sektor Primer (Ekstraktif); (a) Pertanian dan (b) Pertambangan
2. Sektor Sekunder (Industri Pengolahan / Manufaktur); (a) Industri Dasar dan Kimia, (b) Aneka Industri, dan (c) Industri Barang Konsumsi
3. Sektor Tersier (Industri Jasa / Non-manufaktur); (a) Properti dan Real Estate, (b) Transportasi dan Infrastruktur, (c) Keuangan dan Perdagangan, Jasa dan Informasi

Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan salah satu alternatif *eksternal finance* yang semakin lama semakin banyak digunakan oleh perusahaan, seperti data yang didapat pada situs resmi BEI yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) yang menunjukkan bahwa pada tahun 1988 terdapat hanya 24 perusahaan yang go public di BEI, pada tahun 1989 meningkat menjadi 43 perusahaan, pada tahun 1995 meningkat menjadi 224 perusahaan, pada tahun 1999 meningkat menjadi 288 perusahaan, pada tahun 2004 telah terdaftar 317 perusahaan dan data terakhir yang didapatkan sampai dengan per bulan Maret 2010 telah terdaftar 405 perusahaan di BEI. Dari 405 perusahaan yang telah terdaftar di BEI, terdapat 19 perusahaan barang konsumsi makanan dan minuman atau sekitar 4.69% dari total emiten yang terdaftar di BEI. (sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) )

Penulis mengambil subjek penelitian perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia karena perusahaan pada sektor industri makanan dan minuman merupakan industri yang selain memiliki frekuensi transaksi, nilai transaksi, kapitalisasi pasar, fundamental dan performa kinerja emiten yang dianggap paling baik, Industri Makanan dan Minuman juga merupakan perusahaan yang paling dekat dengan masyarakat dan paling rentan terhadap isu-isu lingkungan yang terjadi sehubungan dengan masyarakat sekitar. Perusahaan

minuman juga dinilai cukup kompetitif dan tidak rentan terhadap perubahan kondisi ekonomi yang dimungkinkan relatif drastis. Pada tahun 2002 ada 21 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, namun seiring berjalannya waktu dan persaingan yang sangat kompetitif hingga tahun 2011 banyak perusahaan yang *dilesting* dari Bursa Efek Indonesia. Dari banyak perusahaan makanan dan minuman yang ada di Indonesia, hanya 11 perusahaan yang bisa melakukan *go public* dan dapat bertahan hingga tahun 2011.

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Perusahaan merupakan suatu institusi yang didirikan oleh perorangan atau lembaga dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu memaksimalkan keuntungan. Seperti yang diungkapkan oleh Glueck dan Jauck (1984) dalam Haryanto (2003) bahwa tujuan perusahaan meliputi profitabilitas, efisiensi, kepuasan, dan pengembangan karyawan, tanggung jawab sosial dan hubungan baik dengan masyarakat serta kelangsungan usaha dan tujuan lainnya. Dalam mencapai tujuan tersebut, perusahaan selalu berinteraksi dengan lingkungannya sebab lingkungan memberikan andil dan kontribusi bagi perusahaan (Yuniarti, 1998 dalam Haryanto, 2003).

Kenyataan bahwa keberadaan suatu perusahaan di lingkungan masyarakat hampir pasti membawa dampak negatif, meskipun memiliki kemanfaatan untuk kesejahteraan dan pembangunan (Hadi, 2011). Dampak yang muncul dalam setiap kegiatan operasional perusahaan ini dipastikan akan membawa akibat kepada lingkungan di sekitar perusahaan itu menjalankan usahanya. Dampak negatif yang paling sering muncul ditemukan dalam setiap adanya penyelenggaraan operasional usaha perusahaan adalah polusi suara, limbah produksi, kesenjangan, dan lain sebagainya dan dampak semacam inilah yang dinamakan *Eksternality* (Harahap, 1999 dalam Haryanto, 2003). Hal ini menjadi alasan perlunya kesadaran terhadap *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) demi tercapainya sebuah keseimbangan dunia usaha antara pelaku dan masyarakat sekitar, dimana para pelaku bisnis dituntut untuk menjalankan usahanya dengan semakin

bertanggung jawab. *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk menyelaraskan diri dengan norma masyarakat. Dengan adanya *Corporate Social Responsibility* yang baik, maka diharapkan perusahaan akan mendapat legitimasi dari masyarakat sehingga dapat meningkatkan kinerja yang bertujuan untuk pencapaian keuntungan perusahaan.

Di Indonesia dalam menyikapi kesadaran terhadap CSR, pemerintah telah mengatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT) bahwa setiap perusahaan yang bergerak/menjalankan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, berdasarkan Undang-undang Penanaman Modal No.25 tahun 2007 pasal 15 dan 34 disebutkan bahwa perusahaan yang tidak melaksanakan CSR akan dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis, pembatalan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha, dan yang terakhir adalah pencabutan izin kegiatan (Soewarno, 2009 dalam Mawarani, 2010).

Walaupun sudah lama prinsip-prinsip CSR diatur dalam peraturan perundang-undangan tentang hukum perusahaan, namun dalam praktiknya, masih terdapat beberapa fenomena yang menggambarkan bahwa perusahaan-perusahaan di Indonesia belum sepenuhnya menerapkan CSR dengan baik dalam perusahaannya. Dari hasil survei yang dilakukan oleh Suprpto (2005) terhadap 375 perusahaan di Jakarta menunjukkan bahwa 166 atau 44,27 % perusahaan menyatakan tidak melakukan kegiatan CSR dan 209 atau 55,75 % perusahaan melakukan kegiatan CSR. Sedangkan bentuk CSR yang dijalankan meliputi; pertama, kegiatan kekeluargaan (116 perusahaan), kedua, sumbangan pada lembaga agama (50 perusahaan), ketiga, sumbangan pada yayasan sosial (39 perusahaan) keempat, pengembangan komunitas (4 perusahaan). Survei ini juga mengemukakan bahwa CSR yang dilakukan oleh perusahaan amat tergantung pada keinginan dari pihak manajemen perusahaan sendiri.

Selain terdapat pula implementasi CSR pada perusahaan subsektor Makanan dan Minuman pada tahun 2012 dengan menggunakan instrumen pengukuran

*corporate social responsibility index* (CSRI). Hasil yang diperoleh dari 14 perusahaan subsektor Makanan dan Minuman berkisar 45,50%. Tingkat pengungkapan CSR ini tergolong relatif rendah.. Meskipun, telah ditetapkan peraturan-peraturan yang mengatur pelaksanaan dan pelaporan CSR, namun peraturan-peraturan tersebut tidak memberikan pedoman khusus mengenai bagaimana dan informasi apa saja yang harus dilaporkan oleh perusahaan mengenai pelaksanaan CSR, sehingga pengungkapan yang memadai terkait dengan kegiatan CSR masih dirasa kurang. Selama ini pengungkapan mengenai kegiatan CSR hanya berlatarkan kebutuhan perusahaan untuk membentuk *image* bahwa dalam pandangan *stakeholder* perusahaan memiliki kepedulian terhadap lingkungan sosial dan lingkungan hidup (Gray, Kouhy, & Lavers, 1995) dalam (Kristi, 2012). Selain itu, apa yang dilaporkan dan diungkapkan sangat beragam, sehingga menyulitkan pembaca laporan tahunan untuk melakukan evaluasi (Utama, 2007). Hingga kini belum terdapat kesepakatan standar pelaporan CSR yang dapat dijadikan acuan bagi perusahaan dalam menyiapkan laporan CSR (Jalal, 2007).

Selain belum adanya badan hukum dan pedoman khusus mengenai pelaksanaan CSR terdapat juga indikasi bahwa faktor ukuran perusahaan dapat mempengaruhi pengungkapan CSR di dalam suatu perusahaan. Pernyataan ini didukung dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Mutia *et al.* (2011), yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi daripada perusahaan kecil.

Faktor lainnya adalah profitabilitas. Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam tingkat penjualan, aset bersih perusahaan maupun modal sendiri (Raharjaputra, 2009). Ketika perusahaan mencapai *profitable*, maka perusahaan akan lebih mudah untuk mengalokasikan biaya pengungkapan CSR lebih besar. Sehingga semakin tinggi tingkat

profitabilitas, semakin tinggi pula tingkat pengungkapan CSR. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2012) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

*Leverage* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Menurut Purnasiwi (2011), *leverage* merupakan alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Dengan demikian *leverage* menggambarkan risiko keuangan perusahaan. Sehingga perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena risiko perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi. Hal ini dikarenakan perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi akan berusaha terlihat ingin lebih baik khususnya terhadap kreditur dengan melaporkan pengungkapan CSR yang baik. Dalam penelitiannya Purnasiwi (2011) menyatakan *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR adalah ukuran dewan komisaris. Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan CSR. Sehingga perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Mutia (2011) menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Pemikiran yang melandasi tanggung jawab sosial perusahaan yang sering dianggap inti dari etika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini *bottom lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin

apabila, perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya (Anwar, Haerani dan Pagalung, 2010).

Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk menerapkan CSR dalam program kerjanya dan mengungkapkan laporan pertanggung jawab sosialnya pada laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan CSR perusahaan melalui berbagai macam media dilakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada para pemangku kepentingan dan juga untuk menjaga reputasi. Sebagian perusahaan bahkan menganggap bahwa mengomunikasikan kegiatan atau program CSR sama pentingnya dengan kegiatan CSR itu sendiri. Dengan mengomunikasikan CSR-nya, makin banyak masyarakat yang mengetahui investasi sosial perusahaan, sehingga tingkat risiko perusahaan menghadapi gejolak sosial akan menurun. Jadi, melaporkan CSR kepada khalayak akan meningkatkan nilai *social hedging* perusahaan (Harmoni dan Andriyani, 2008).

Ide tanggung jawab sosial pada dasarnya adalah bagaimana perusahaan memberi perhatian kepada lingkungannya, terhadap dampak yang terjadi akibat kegiatan operasional perusahaan. Menurut Holmes (1976) dalam Moir (2001) dalam Fahrizqi (2010) menyatakan selain menghasilkan keuntungan, perusahaan harus membantu memecahkan masalah-masalah sosial terkait atau tidak perusahaan ikut menciptakan masalah tersebut bahkan jika disana tidak mungkin ada potensi keuntungan jangka pendek atau jangka panjang.

Menurut WBCSD (*World Business Council for Sustainable Development*) dalam Poerwanto (2010:18) mendefinisikan CSR sebagai :

*“...CSR is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large.”*

Dari definisi tersebut disimpulkan bahwa perusahaan harus dapat berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi, beriringan dengan meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat luas. Hal ini bisa dilakukan dengan cara mengerti aspirasi dan kebutuhan *stakeholder* dan kemudian berkomunikasi dan berinteraksi dengan para *stakeholder*.

Kesadaran *stakeholder* akan pentingnya pembangunan berkelanjutan yang dilakukan oleh perusahaan mendorong perusahaan untuk mengungkapkan praktik-praktik atau kegiatan CSR yang dilakukan. Lebih lanjut lagi, menurut Deegan dan Gordon (1996) dalam Jose dan Lee (2006) dalam Sari (2012) bahwa tekanan *stakeholder* terhadap perusahaan untuk dapat secara efektif menjalankan kegiatan lingkungannya serta tuntutan agar perusahaan menjadi akuntabel juga menyebabkan meningkatnya perusahaan yang melakukan pengungkapan lingkungan. Selain itu Owen (2005) dalam Anggraini (2006) mengatakan bahwa kasus Enron di Amerika telah menyebabkan perusahaan-perusahaan lebih memberikan perhatian yang besar terhadap pelaporan sustainabilitas dan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Ini menjelaskan isu-isu yang berkaitan dengan reputasi, manajemen risiko dan keunggulan kompetitif juga menjadi kekuatan yang mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR. Semakin kuatnya tekanan *stakeholder* dalam hal pengungkapan praktik-praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan menyebabkan perlunya memasukkan unsur sosial dalam pertanggungjawaban perusahaan ke dalam akuntansi. Hal ini mendorong lahirnya suatu konsep yang disebut sebagai *Social Accounting*, *Socio Economic Accounting* ataupun *Social Responsibility Accounting* (Indira dan Dini, 2005).

Pentingnya pengungkapan CSR telah membuat banyak peneliti untuk melakukan penelitian dan diskusi mengenai praktik dan motivasi perusahaan untuk melakukan CSR. Beberapa penelitian yang terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah banyak dilakukan, baik di dalam maupun di luar negeri. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Cowen, (1987) dalam

Cahyaningsih dan Martina (2011); Hackston dan Milne (1996) dalam Kamil dan Herusetya (2012); Sembiring (2005); Anggraeni (2006); Mutia, Zuraida dan Andriani (2011); dan Nur dan Priantinah (2012) yang meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Diantara faktor-faktor yang menjadi variabel dalam penelitian tersebut adalah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan ukuran dewan komisaris.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR tercermin dalam teori agensi yang menjelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya agensi yang besar, oleh karena itu perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi daripada perusahaan kecil Watts dan Zimmerman (1986) dalam Apriwenni (2009). Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung hubungan antara ukuran perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini adalah Gray et. Al., (2001) dalam Sembiring (2005) dan Anggraeni (2006). Sebaliknya penelitian yang berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini antara lain Hackston dan Milne (1996) dalam Kamil dan Herusetya (2012), Hasibuan (2001), Sembiring (2005), Nur dan Priantinah (2012), Kamil dan Herusetya (2012).

Faktor lain yang diduga mempengaruhi pengungkapan CSR adalah profitabilitas. Semakin besar pendapatan per lembar saham yang diperoleh perusahaan maka semakin besar pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut atau memiliki hubungan yang positif signifikan (Sembiring, 2003 dalam Mutia, Zuraida dan Andriani, 2011). Penelitian yang dilakukan oleh Bowman dan Haire (1976) serta Preston (1978) dalam Hackston dan Milne (1996) dalam Sembiring (2005) dan Nurkhin (2010) mendukung hubungan profitabilitas dengan pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian yang dilakukan Mutia et. al., (2011) dan Kamil dan Herusetya (2012) melaporkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

*Leverage* memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat risiko tak tertagihnya suatu utang. Scott

(2000) dalam Fahrizqi (2010) 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 dibandingkan laba dimasa depan. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan lebih sedikit mengungkapkan CSR supaya dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi. Penelitian yang berhasil menunjukkan hubungan kedua variabel ini, yaitu Sari (2012). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nur dan Priantinah (2012) melaporkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Faktor lain yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah dewan komisaris. Dengan wewenang yang dimiliki, dewan komisaris dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat untuk menekan manajemen untuk mengungkapkan CSR. Sehingga perusahaan yang memiliki ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR. Hal ini sejalan dengan penelitian Hadi dan Arifin (2002) dan Sembiring (2005) yang menunjukkan hasil bahwa proporsi dewan komisaris independen mempengaruhi tingkat pengungkapan sukarela. Sedangkan hasil penelitian yang menunjukkan tidak adanya hubungan antara kedua variabel ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Nur dan Priantinah (2012).

Penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Pertentangan hasil penelitian tersebut dapat terjadi karena beberapa alasan seperti: perbedaan periode waktu penelitian, interpretasi peneliti terhadap laporan keuangan perusahaan atas variabel yang digunakan maupun perbedaan metode pengujian yang ditempuh oleh peneliti. Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena untuk memverifikasi ulang hasil penelitian terdahulu tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi praktek pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan.

Adanya inkonsistensi dalam hasil penelitian-penelitian sebelumnya, serta objek penelitian yang beragam membuat penelitian ini masih relevan untuk dikaji ulang. Peneliti termotivasi untuk menguji variabel faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR, yaitu variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* dan ukuran dewan komisaris pada perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pemilihan subsektor Makanan dan Minuman sebagai objek penelitian karena emiten-emiten yang terdapat dalam subsektor ini dinilai memiliki frekuensi transaksi, nilai transaksi, kapitalisasi pasar, fundamental dan performa kinerja emiten yang dianggap paling baik, dan juga merupakan perusahaan yang paling dekat dengan masyarakat dan paling rentan terhadap isu-isu lingkungan yang terjadi sehubungan dengan masyarakat sekitar. Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan, maka penelitian ini mengambil judul ***“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan (Studi Kasus Pada Emiten Subsektor Makanan dan Minuman periode 2010-2012)”***.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dibahas sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, ukuran dewan komisaris, dan CSR pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2010 – 2012.
2. Bagaimana pengaruh secara simultan ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage* dan ukuran dewan komisaris terhadap CSR pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2010-2012.
3. Bagaimana pengaruh secara parsial ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage* dan ukuran dewan komisaris terhadap CSR, yaitu:

- a. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdapat di Indeks Sektoral tahun 2010 – 2012.
- b. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdapat di Indeks Sektoral tahun 2010 – 2012.
- c. Bagaimana pengaruh leverage terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdapat di Indeks Sektoral tahun 2010 – 2012.
- d. Bagaimana pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdapat di Indeks Sektoral tahun 2010 – 2012.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

- 1) Untuk mengkaji ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat leverage, ukuran dewan komisaris, dan CSR pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2010 – 2012.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh secara simultan ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat leverage dan ukuran dewan komisaris terhadap CSR pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2010-2012.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh secara parsial ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat leverage dan ukuran dewan komisaris terhadap CSR, yaitu:
  - a. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdapat di Indeks Sektoral tahun 2010 – 2012.
  - b. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdapat di Indeks Sektoral tahun 2010 – 2012.

- c. Untuk mengetahui pengaruh leverage terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdapat di Indeks Sektoral tahun 2010 – 2012.
- d. Untuk mengetahui pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdapat di Indeks Sektoral tahun 2010 – 2012.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Kegunaan teoritis yang ingin dicapai bagi pengembangan pengetahuan dalam penelitian ini, antara lain:

- 1) Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat leverage, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR
- 2) Bagi pihak akademis, penelitian ini juga merupakan sarana pengembangan dan penerapan teori mengenai CSR dan faktor-faktor yang mempengaruhinya sesuai materi yang dipelajari pada bangku perkuliahan. Dan diharapkan dapat menambah wawasan pembaca dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang sejenis.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

Kegunaan praktis yang ingin dicapai bagi penerapan pengetahuan hasil penelitian ini adalah:

- 1) Bagi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia  
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi manajemen perusahaan terutama sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan sehubungan dengan penerapan CSR dalam operasional perusahaan dan penungkapannya dalam laporan perusahaan.

2) Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai laporan CSR perusahaan pada emiten industri Makanan dan Minumandan dapat dijadikan pertimbangan dalam membuat keputusan investasi.

3) Bagi BAPEPAM

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi BAPEPAM terutama sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan sehubungan dengan penerapan CSR.

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Pembahasan skripsi ini dibagi dalam lima bab dan terdiri dari beberapa sub-bab. Sistematika penulisan skripsi ini secara garis besar adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan diuraikan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian sesuai dengan fenomena yang diangkat, perumusan masalah berdasarkan latar belakang penelitian, tujuan penelitian ini, dan sistematika penulisan secara umum.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Dalam bab ini akan diuraikan tentang landasan teori mengenai CSR dan variabel penelitian yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan ukuran dewan komisaris serta pengaruhnya terhadap CSR. Lalu bab ini juga menguraikan penelitian-penelitian terdahulu sebagai acuan penelitian, kerangka pemikiran yang menggambarkan masalah penelitian, hipotesis penelitian yang merupakan jawaban sementara yang masih harus diuji secara empiris, serta ruang lingkup penelitian yang menjelaskan cakupan dan batasan penelitian.

### BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian yang digunakan, identifikasi variabel dependen dan variabel independen, definisi operasional variabel, tahapan penelitian, jenis dan sumber data (populasi dan sampel) serta teknik analisis data.

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan tentang karakteristik responden yang digunakan dalam pengumpulan data berkaitan dengan judul penelitian, uraian hasil penelitian, analisis model dan hipotesis, dan pembahasan tentang pengaruh variabel independen (ukuran perusahaan, profitabilitas, tingkat *leverage*, dan ukuran dewan komisaris ) terhadap variabel dependen (CSR).

### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan hasil penafsiran dan pemaknaan terhadap hasil analisis temuan penelitian dan saran secara kongkrit yang diberikan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR pada perusahaan dalam aspek praktis, pengembangan ilmu dan implikasi atau rekomendasi untuk pembuat kebijakan dan pengguna hasil penelitian.