BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan kegiatan keberlanjutan yang dilakukan perusahaan atas dampak yang dihasilkan dari kegiatan operasi perusahaan kepada komunitas lokal dan masyarakat keseluruhan. Pengungkapan CSR sudah menjadi sebuah kewajiban yang harus dilaksanakan karena telah diatur dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Menurut Untung (2014:12) latar belakang peraturan tersebut adalah sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial perusahaan untuk menciptakan hubungan perusahaan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat.

Corporate Social Responsibility juga menjadi pertimbangan dalam aktivitas pasar modal, karena penanaman modal di Indonesia tidak terlepas dari sumber daya alam yang ada di Indonesia. Menurut Mahardika (2015:447) pasar modal merupakan tempat bagi korporasi dan pemerintah untuk menggalang dana dari investor, sedangkan investor memanfaatkan pasar modal untuk bertransaksi aset keuangan. Untung (2014:18) menyatakan bahwa pemerintah telah mewajibkan para investor untuk memperhatikan lingkungan dan sosial masyarakat setempat demi menjaga kesinambungan lingkungan dan keamanan dalam berinvestasi.

Dengan diwajibkannya perhatian terhadap lingkungan dan sosial masyarakat, menyebabkan kebijakan CSR dalam suatu perusahaan menjadi pertimbangan investor dalam membuat keputusan berinvestasi. Perusahaan-perusahaan yang melaksanakan CSR dengan baik sahamnya akan mudah dilirik oleh para investor, salah satunya adalah saham-saham yang tergabung dalam Indeks SRI KEHATI (*Sustainable and Responsible Investment* Keanekaragaman Hayati Indonesia), atau indeks saham yang memiliki kinerja sangat baik dalam mendorong usaha berkelanjutan, serta memiliki kesadaran terhadap lingkungan dan menjalankan tata kelola perusahaan yang baik.

Sejak 8 Juni 2009, Yayasan KEHATI bekerjasama dengan PT. Bursa Efek Indonesia (BEI) meluncurkan indeks SRI KEHATI yang mengacu pada tata cara *Sustainable and Responsible Investment* (SRI) dengan nama Indeks SRI KEHATI. Tujuan dibentuknya indeks ini adalah memberikan informasi secara terbuka kepada masyarakat luas mengenai ciri dari perusahaan terpilih pada indeks SRI KEHATI yang dianggap memiliki macam bentuk pertimbangan dalam usahanya berkaitan dengan kepedulian kepada lingkungan, tata kelola perusahaan, keterlibatan masyarakat sumber daya manusia, hak asasi manusia, dan perilaku bisnis dengan etika bisnis yang diterima tingkat internasional. Yayasan KEHATI menetapkan 25 (dua puluh lima) perusahaan terpilih yang dianggap dapat memenuhi kriteri dalam indeks SRI KEHATI sehingga dapat menjadi pedoman bagi para investor. Keberadaan perusahaan terpilih akan dievaluasi setiap 2 (dua) periode dalam setahun, yaitu pada bulan April dan Oktober, setelah terpilih nama-nama dari 25 (dua puluh lima) perusahaan tersebut akan dipublikasi oleh BEI.

Mekanisme pemilihan perusahaan-perusahaan untuk masuk indeks SRI KEHATI dilakukan dua tahap, yaitu:

1. Penapisan Awal Seleksi Negatif dan Aspek Keuangan
 - a. Seleksi negatif terdiri dari pestisida, nuklir, senjata, tembakau, alcohol, pornografi, perjudian, dan *Genetically Modified Organism* (GMO).
 - b. Aspek keuangan terdiri dari:
 - 1) Perusahaan yang memiliki total asset di atas Rp 1 Triliun berdasarkan laporan audit tahunan,
 - 2) Kepemilikan saham publik harus lebih besar atau sama dengan 10%,
 - 3) Perusahaan memiliki *Price Earning Ratio* (PER) yang positif.
2. Aspek Fundamental yang terdiri dari enam faktor, yaitu:
 - a. Tata kelola perusahaan
 - b. Lingkungan
 - c. Keterlibatan masyarakat
 - d. Perilaku bisnis
 - e. Sumber daya manusia
 - f. Hak asasi manusia

Penilaian dilakukan melalui *review* terhadap data sekunder, pengisian kuesioner oleh perusahaan-perusahaan yang telah melalui tahap seleksi diatas, dan data-data lain yang relevan. Dari hasil *review* tersebut, 25 (dua puluh lima) perusahaan dengan nilai tertinggi masuk dalam Indeks SRI KEHATI (Kehati, 2009).

Berdasarkan penjelasan tersebut, perusahaan yang terdaftar dalam indeks SRI KEHATI telah memenuhi kriteria sebagai perusahaan yang menjalankan tata kelola dengan baik dan dianggap telah melaksanakan kegiatan CSR dengan benar sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu peneliti memilih Indeks SRI KEHATI sebagai objek penelitian.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan usaha dewasa ini telah sampai pada tahap persaingan global yang mengharuskan diterapkannya *Good Corporate Governance* (GCG) dalam suatu perusahaan demi membangun kondisi perusahaan yang tangguh dan berkelanjutan (Rakhmat, 2013). Untuk mencapai tata kelola perusahaan yang baik, perusahaan dituntut untuk menerapkan lima dasar prinsip-prinsip GCG, yaitu: (1) Transparansi (*Transparency*); (2) Akuntabilitas (*Accountability*); (3) Tanggung jawab (*Responsibility*); (4) Independensi (*Independency*); (5) Kewajaran dan Kesetaraan (*Fairness*). Salah satu implementasi dari prinsip tanggung jawab (*responsibility*) adalah *Corporate Social Responsibility* atau yang lebih dikenal dengan tanggung jawab sosial perusahaan, dimana prinsip tersebut mewajibkan untuk mematuhi undang-undang dan melaksanakan tanggungjawabnya terhadap masyarakat dan lingkungan.

Dalam mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan diharapkan juga bertanggung jawab pada *triple bottom lines* karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (Untung, 2009:25).

Pelaksanaan *corporate social responsibility* di Indonesia sudah diatur dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Dalam Undang-Undang No. 40 pasal 74 ayat 1 Tahun 2007 dinyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau terkait dengan sumber daya alam wajib

melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selanjutnya, pada Undang-Undang No. 25 Pasal 15 (b) Tahun 2007 menyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Meskipun peraturan mengenai CSR sudah diatur dalam perundang-undangan, tetapi masih banyak perusahaan di Indonesia yang tidak melaksanakan kegiatan CSR.

Pada tahun 2009, Hardiansyah (Ketua Komite Ahli Indonesia CSR Award 2008) memaparkan sedikitnya lima kelemahan dalam pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di Indonesia, yaitu lemahnya komitmen dari pimpinan dan pemilik perusahaan, perencanaan program, pelaksanaan program, monitoring dan evaluasi program, serta dokumen pelengkap. Identifikasi lima kelemahan tersebut tidak terjadi pada semua perusahaan, namun itu merupakan gejala umum yang bisa menjadi pelajaran bagi perbaikan CSR kedepan. Hal itu disampaikan terkait dengan seleksi sekitar 20 perusahaan untuk penilaian CSR di bidang sosial, ekonomi, lingkungan, dan kombinasinya (Cahyono, 2009).

Selain itu di tahun 2013, permasalahan pelaksanaan kegiatan-kegiatan CSR juga disampaikan oleh Suwandi, doktor CSR pertama di Indonesia yang menyatakan bahwa kunci kinerja CSR terletak pada komitmen perusahaan. Karena itu, harus ada stimulus dan dorongan agar perusahaan-perusahaan memiliki komitmen yang besar untuk menjalankan kegiatan dan program CSR. Tanpa itu, program CSR tidak akan bisa efektif. Suwandi telah melaksanakan penelitian mendalam terhadap pelaksanaan program CSR di PT Bakrie Sumatra Plantation Tbk (salah satu industri perkebunan kelapa sawit dan karet terkemuka di Indonesia) dan mengatakan bahwa pelaksanaan program-program CSR di perusahaan dalam kenyataannya masih dihadapi banyak sekali persoalan. Seperti anggaran yang terbatas, pelaksanaan yang belum merata, pelaksanaan yang belum terjadwal, lemahnya sosialisasi dan komunikasi dan masih banyak lagi. Ia juga melihat, jangkauan pelaksanaan CSR di Indonesia belum merata, dan belum menjangkau seluruh lapisan masyarakat karena sebagian besar hanya dilakukan pada pihak-pihak tertentu saja (Suprpto, 2013).

Di tahun 2013 juga terdapat skandal kasus korupsi dana Badan Layanan Umum (BLU) Universitas Jendral Soedirman (Unsoed) 2010-2012 yang melibatkan dua

pejabat Universitas Jendral Soedirman yaitu Edi Yuwono sebagai Rektor Unsoed dan Winarto Hadi sebagai Kepala UPT Percetakan dan Penerbitan Unsoed, juga seorang pejabat PT. Aneka Tambang (Antam) Persero yaitu Suadmaji sebagai Asisten Senior Manajer CSR PT Antam. Ketiganya diduga terlibat skandal penyelewengan dana hibah kerjasama Unsoed dengan PT Antam sebesar Rp5,8 Miliar, dengan nilai kerugian Negara mencapai Rp2 Miliar, dana tersebut adalah program CSR untuk rehabilitasi lahan bekas tambang pasir besi di Desa Munggangsari, Kecamatan Grabah, Purworejo serta investasi penggemukan sapi senilai Rp400juta. (Sun, 2013).

Pada tahun 2014, Simon Mainwaring (*Founder and Chief Creative Officer of WeFirst*) dalam *The Corporate Social Responsibility Newswire* yang ditulis kembali oleh Redaksi Media CSR dalam *mediacsr.net* mengungkapkan bahwa di era yang menekankan transparansi pengelolaan bisnis perusahaan, reputasi suatu korporasi kini tidak hanya ditentukan dari tingkat penjualan melainkan juga keberhasilan kordinasi antara rantai suplai, proses manufaktur, sistem pengelolaan karyawan, dan pelayanan terhadap pelanggan. Dengan kata lain, perusahaan perlu mengadakan pemeriksaan secara menyeluruh terhadap proses pengelolaan perusahaan, mulai dari bahan produksi, proses produksi, sistem distribusi, sampai manajemen pengolahan sampah hasil produksi untuk mendapatkan kesuksesan dari *sustainability* yang dihasilkan.

Hal-hal tersebut tentu memberikan banyak tuntutan bagi para eksekutif dan pimpinan perusahaan terutama di bidang finansial. Banyak diantara mereka mengalami kegagalan dalam menutup banyaknya biaya yang diperlukan untuk menjalankan program-program pendukung *sustainability* perusahaan hanya karena publikasi program yang kurang eksekutif. Disamping itu, hampir semua perusahaan juga kurang berhasil dalam menanamkan tiga kunci keberhasilan yaitu waktu, uang, dan energi untuk membentuk *image* produk ataupun sistem dasar perusahaan yang berbasis pengelolaan lingkungan.

1. Menentukan Sudut Pandang *Sustainability* Tertentu

Sejak media sosial banyak dimanfaatkan sebagai sarana promosi produk oleh perusahaan, respon berbagai korporasi terhadap tanggung jawab sosial

yang lebih besar juga turut meningkat. Hal ini menimbulkan banyaknya klaim produk berbasis *sustainability* lingkungan, dan label-label lain yang ditujukan untuk para pelanggan. Sayangnya, banyak diantara produk-produk tersebut yang menyalahkan artikan *sustainability* sebagai identitas asli produk mereka. Sebagai contoh, perusahaan sebesar Unilever perlu menentukan posisi produk mereka (*Sustainable Living*) baru kemudian dapat mengarahkan berbagai komoditi melalui konsep yang telah ditentukan seperti halnya yang mereka lakukan dalam *Project Sunlight*. Berbanding terbalik dengan sistem dari Unilever, salah satu brand fashion Zara yang menjadi pendatang baru dalam Interbrand “*Top 50 Global Green Brands*” membuka cabang-cabang toko ramah lingkungan melalui berbagai kebijakan energi lingkungan yang aman dan transparan.

2. Menjadikan Pelanggan Sebagai Inti Dari Program *Sustainability*

Perusahaan mengeluarkan banyak biaya untuk menudukung program *sustainability*, tindakan ini hanya akan berarti dimata pelanggan jika penyampaian program tersebut dilakukan melalui usaha dan konteks yang relevan dengan kehidupan mereka. Meski penyampaian pesan dari program *sustainability* mereka lebih banyak membutuhkan dana daripada proses melaksanakan program itu sendiri, banyak dari perusahaan tersebut menemui kegagalan dalam usaha mereka mengenalkan program-program tersebut terhadap pelanggan secara khusus dan masyarakat pada umumnya. Dalam hal ini program “*#5by20 Initiative*” dari Coca-Cola adalah contoh sukses dalam menekankan pengaruh individu pada komitmen produk dengan menandai 5 juta wirausahawati dan *Colectivo Initiative* mereka di Amerika Latin.

3. Memperoleh Izin untuk Mendukung Usaha Pelanggan

Teknik promosi sebaiknya dijalankan dengan konsep melayani yang berkomitmen pada dampak sosial dan tidak menekan strategi *self-promotion* yang hanya tertuju pada kebaikan perusahaan. Dengan menerapkan langkah-langkah tersebut, pemilik produk dapat menempatkan dirinya dalam jajaran perusahaan berbasis masyarakat. Fakta membuktikan, banyak perusahaan justru melakukan tindakan yang sebaliknya. Berasumsi bahwa pelanggan akan dengan

cepat menerima dan memuji program *sustainability* mereka hanya karena kesan baik yang ditimbulkan. Berbagai produk Unilever memberi contoh yang baik dalam mengambil pendekatan yang tepat terhadap pelanggan. Beberapa diantaranya adalah program “*Lifebuoy Story Telling*” dan kerjasama mereka dengan berbagai organisasi multi-tier pada proyek *Global Hand Washing Day* (Mainwaring, 2014).

Pada awal tahun 2016, Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Kolaka mencurigai PT Antam Pomalaa tidak transparan dalam melaporkan keuntungan yang di dapat setiap tahun. Terkait dengan masalah ini, Rektor Universitas 19 Maret (USM) kolaka Dr Azhari menyarankan PT Antam dilaporkan ke Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). Azhari menyarankan untuk tidak melakukan aksi unjuk rasa jika menemukan perusahaan yang tidak membayar CSR. Namun, sebaiknya langsung dilaporkan kepada kepolisian, kejaksaan, ombudsman, hingga ke komisi pemberantasan korupsi (KPK). Masalah ini terungkap dalam Seminar Nasional CSR yang diselenggarakan Lembaga Study Hukum dan Kebijakan USM Kolaka pada bulan April 2016. Kepala Bagian (Kabag) Sumber Daya Alam (SDA) Pemkab Kolaka Ishak Nurdin mengungkapkan bahwa keuntungan PT Antam sangat penting terhadap perhitungan berapa banyak dana CSR yang harus dikeluarkan oleh PT Antam. Karena PT Antam selaku BUMN wajib mengeluarkan 4% dari keuntungannya. *Vice President* CSR PT Antam Agus Yulianto, hanya mengatakan bahwa dana CSR keluar berdasarkan program. Beberapa kegiatan telah dilaksanakan seperti bidang pendidikan dengan cara memberikan beasiswa kepada semua mahasiswa asal kolaka. Agus juga menyatakan bahwa semakin banyak keuntungan yang didapat, semakin banyak pula dana CSR yang dikeluarkan. Namun Agus tidak menyatakan berapa keuntungan PT Antam yang diperoleh tiap tahunnya (Hamdan, 2016).

Berdasarkan fenomena-fenomena tersebut, dapat dilihat bahwa penerapan *good corporate governance* sangat diperlukan dalam pelaksanaan *corporate social responsibility*. Adanya hubungan yang saling berkaitan antara GCG dan CSR maka penelitian ini mencoba melihat bagaimana pengaruh mekanisme GCG terhadap pengungkapan CSR di suatu perusahaan. Mekanisme GCG merupakan suatu aturan

main, prosedur dan hubungan yang jelas antara pihak yang mengambil dengan pihak yang melakukan kontrol/pengawasan terhadap keputusan tersebut. Mekanisme GCG dapat menjadi pengawas, penentu kebijakan, pendorong perusahaan, serta menjamin sistem tata kelola perusahaan dalam suatu organisasi berjalan dengan baik. Mekanisme GCG perusahaan yang berpengaruh atas pelaksanaan *corporate social responsibility* dalam penelitian ini adalah komisaris independen, komite audit, dan kepemilikan manajerial.

Dewan komisaris memiliki tugas dan tanggung jawab untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada Direksi (Zarkasyi, 2008:76). Tugas dan tanggung jawab tersebut diperkuat dengan adanya komisaris independen, karena komisaris independen merupakan pihak yang tidak terafiliasi oleh pihak manapun sehingga mampu untuk bertindak independen atau bertindak demi kepentingan perusahaan.

Sebagai pimpinan perusahaan, komisaris independen dapat memberikan kendali dan monitoring bagi manajemen dalam operasional perusahaan, termasuk dalam pelaksanaan dan pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial karena komisaris independen dapat memberikan tekanan kepada manajemen untuk melaksanakan aktivitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial. Dengan demikian komisaris independen dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yang juga didukung oleh penelitian Nurkhin (2010), Sudana dan Arlindania (2011), dan Badjuri (2011). Tetapi penelitian Untoro (2013), Rahmadhaningsih dan Utama (2013), Paramita (2014), Dewi dan Apriany (2014), Nugroho dan Yulianto (2015) menunjukkan bahwa komisaris independen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pelaksanaan tugas dewan komisaris dapat dibantu oleh beberapa komite, salah satunya adalah komite audit. Berdasarkan pedoman GCG Indonesia, komite audit bertugas untuk memastikan bahwa: (a) laporan keuangan disajikan secara wajar sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum, (b) struktur pengendalian internal perusahaan dilaksanakan dengan baik, (c) pelaksanaan audit internal maupun eksternal dilaksanakan sesuai dengan standar audit yang berlaku, dan (d) tindak lanjut temuan hasil audit dilaksanakan oleh manajemen.

Keberadaan komite audit berfungsi sebagai pengawas manajemen dan membantu dewan komisaris dalam meningkatkan kualitas pelaporan keuangan dan kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan untuk menyediakan informasi yang dapat digunakan para pemakai. Nugroho dan Yulianto (2015) menyatakan bahwa komite audit juga diharapkan dapat memberikan bukti bahwa perusahaan telah melakukan aktivitas usaha sesuai dengan norma dan nilai sosial yang berlaku di masyarakat. Dengan demikian, proses pengawasan yang dilakukan oleh komite audit harus dijalankan sebaik mungkin agar kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan semakin luas. Didukung oleh penelitian yang dilakukan Dewi dan Apriany (2014) yang menyatakan bahwa komite audit berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Namun hasil tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Badjuri (2011), Priantana dan Yustian (2011), Untoro (2013), Paramita (2014), Nugroho dan Yuliantoro (2015) yang menunjukkan hasil komite audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Disamping peran komisaris independen dan komite audit, saham yang dimiliki oleh manajemen dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* suatu perusahaan. Downes dan Goodman (1999:24) menyatakan bahwa manajer yang memiliki saham perusahaan akan mempunyai hak pengambilan keputusan yang tinggi, sehingga sebagai pengendali perusahaan manajer akan melakukan kegiatan-kegiatan yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan seperti kegiatan pengungkapan perusahaan terhadap *corporate social responsibility* (Priantana dan Yustisian, 2011). Kepemilikan manajerial dalam penelitian Soliman dkk., (2012), Priantana dan Yustian (2011), Dewi dan Apriany (2014), dan Paramita (2014) menunjukkan pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil berbeda ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan Badjuri (2011), Rustiarini (2011), dan Ramdhaningsih dan Utama (2013) yang menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pengungkapan *corporate social responsibility* juga dipengaruhi oleh faktor transparansi perusahaan karena selain membangun *image* perusahaan

pengungkapan CSR juga menerapkan keterbukaan informasi. Menurut Abdullah (2016) dengan mempublikasikan CSR secara terbuka berarti telah menginformasikan bahwa dana untuk program CSR telah dialokasikan dengan baik dan tepat serta tidak ada penyelewengan atas dana tersebut. Kasus tidak transparannya PT Antam Pomalaa terhadap keuntungan yang didapatkan setiap tahun membuat Pemkab Kolaka mencurigai hal tersebut, karena dari keuntungan PT Antam Pomalaa pertahunnya Pemkab Kolakaa dapat memperhitungkan berapa dana yang harus dikeluarkan PT Antam Pomalaa untuk program CSR. Semakin besar keuntungan yang didapat, seharusnya semakin besar juga dana yang dikeluarkan untuk kegiatan CSR. Pelaksanaan CSR telah menjadi strategi jangka panjang manajemen perusahaan dalam menciptakan nama baik perusahaan. Namun pada kenyataannya tidak semua perusahaan mampu melaksanakan CSR. Oleh karena itu, penerapan prinsip-prinsip GCG diharapkan dapat membantu mewujudkan praktek CSR. Rakhmat (2013) menyatakan bahwa implementasi dari tanggung jawab sosial perusahaan tidak terlepas dari penerapan GCG dimana penerapan GCG akan mendorong manajemen untuk mengelola perusahaan secara benar termasuk mengimplementasikan tanggung jawab sosialnya.

Penelitian mengenai mekanisme GCG dan transparansi perusahaan memang telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Namun masih banyak ditemukan inkonsistensi pada hasil penelitiannya. Dengan banyaknya perbedaan hasil pada penelitian sebelumnya membuat penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Objek penelitian penulis adalah perusahaan yang terdaftar dalam Indeks SRI KEHATI di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2015. Pemilihan Indeks SRI KEHATI sebagai objek penelitian karena perusahaan yang terdaftar pada Indeks SRI KEHATI telah memenuhi kriteria dalam mendorong usaha keberlanjutan dan memiliki kesadaran terhadap lingkungan dan menjalankan tata kelola perusahaan dengan baik. Tahun 2013-2015 dipilih karena peneliti menggunakan GRI 4 dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, pada tahun 2013 GRI 4 baru diterapkan pada perusahaan yang mengeluarkan *Sustainability Report* dan di tahun 2015 penggunaan GRI 4 untuk perusahaan telah diwajibkan. Berdasarkan penjelasan

tersebut, maka peneliti mengambil judul “**Pengaruh Mekanisme *Good Corporate Governance* (Proporsi Komisaris Independen, Jumlah Komite Audit, Kepemilikan Manajerial) dan Transparansi Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan yang terdaftar dalam Indeks SRI KEHATI di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2015**”

1.3 Perumusan Masalah

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas (Untung, 2014:3). Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan suatu hal yang sangat penting dalam dunia bisnis karena tanggung jawab perusahaan sekarang sudah tidak lagi berpijak pada kondisi keuangannya, tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada keuangan, sosial dan lingkungannya.

Pelaksanaan CSR sudah diatur dalam Undang-Undang dan memiliki sanksi apabila tidak melakukannya. Meskipun demikian, dalam praktiknya masih banyak perusahaan di Indonesia yang tidak melaksanakan kegiatan CSR. Akibatnya, tingkat pengungkapan CSR di Indonesia masih tergolong rendah. Mekanisme *corporate governance* dan transparansi perusahaan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR suatu perusahaan, dimana dalam penelitian ini mekanisme *corporate governance* diproksikan dengan proporsi komisaris independen, jumlah komite audit, dan kepemilikan manajerial.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan maka, pertanyaan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana mekanisme *good corporate governance* (proporsi komisaris independen, jumlah komite audit, kepemilikan manajerial), transparansi perusahaan, pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan yang terdaftar dalam Indeks SRI KEHATI tahun 2013-2015?

2. Apakah mekanisme *good corporate governance* (proporsi komisaris independen, jumlah komite audit, kepemilikan manajerial) serta transparansi perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan yang terdaftar dalam Indeks SRI KEHATI tahun 2013-2015?
3. Apakah proporsi komisaris independen, jumlah komite audit, kepemilikan manajerial, dan transparansi perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
 - a. Apakah proporsi komisaris independen berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
 - b. Apakah jumlah komite audit berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
 - c. Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
 - d. Apakah transparansi perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah sebelumnya maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui apakah mekanisme *good corporate governance* (proporsi komisaris independen, jumlah komite audit, kepemilikan manajerial) serta transparansi perusahaan mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan yang terdaftar dalam Indeks SRI KEHATI di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2015.
2. Mengetahui apakah terdapat pengaruh secara simultan mekanisme *good corporate governance* (proporsi komisaris independen, jumlah komite audit, kepemilikan manajerial) serta transparansi perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan yang terdaftar dalam Indeks SRI KEHATI di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2015.

3. Mengetahui apakah proporsi komisaris independen, jumlah komite audit, kepemilikan manajerial, dan transparansi perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
 - a. Mengetahui apakah proporsi komisaris independen berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
 - b. Mengetahui apakah jumlah komite audit berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
 - c. Mengetahui apakah kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
 - d. Mengetahui apakah transparansi perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta menjadi acuan dan referensi bagi peneliti selanjutnya terkait dengan proporsi komisaris independen, jumlah komite audit, kepemilikan manajerial dan transparansi perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

1.6.2 Aspek Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak perusahaan mengenai pentingnya *corporate social responsibility* sehingga pengimplementasian *corporate social responsibility* pada perusahaan menjadi semakin baik.

2. Bagi Investor

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya *corporate social responsibility* dalam suatu perusahaan sehingga pelaksanaan *corporate social responsibility* pada perusahaan dapat menjadi pertimbangan serta penilaian investor dalam pengambilan keputusan berinvestasi.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

1.7.1 Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan empat variabel independen dan satu variabel dependen. Proporsi Komisaris Independen, Jumlah Komite Audit, Kepemilikan Manajerial dan Transparansi Perusahaan sebagai variabel independen dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel dependen.

1.7.2 Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar dalam Indeks SRI KEHATI di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan objek penelitian ini adalah laporan tahunan dan laporan berkelanjutan perusahaan tahun 2013-2015. Data penelitian diambil dari *website* resmi Bursa Efek Indonesia dan *website* resmi perusahaan.

1.7.3 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah selama 6 bulan. Periode penelitian ini menggunakan perusahaan yang terdaftar dalam Indeks SRI KEHATI di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama 3 tahun.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran objek penelitian, latar belakang penelitian yang memaparkan fenomena yang menjadi dasar dari penelitian, perumusan masalah yang didasarkan pada latar belakang penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang terdiri dari aspek teoritis dan aspek praktis, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan secara umum.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan mengenai landasan teori, penelitian terdahulu sejenis yang menjadi acuan dan referensi dari penelitian ini, kerangka pemikiran teoritis, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, variabel operasional penelitian yang digunakan, tahapan penelitian, populasi dan sampel yang dipilih, pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan deskripsi hasil penelitian berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan, analisis penelitian, serta pengujian dan analisis hipotesis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan secara keseluruhan yang berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan dan memberikan saran untuk peneliti selanjutnya.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN