

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Di dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1995 Tentang Pasar Modal Pasal 1 pengertian Bursa Efek adalah pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem dan atau sarana untuk mempertemukan penawaran jual dan beli Efek (fasilitator) pihak-pihak lain daengan tujuan memperdagangkan Efek di antara mereka. Sedangkan Pasar Modal adalah kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan public yang berkaitan dengan efek yang di terbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan denga efek. Bursa Efek Indonesia (*Indonesia Stock Exchange*) merupakan gabungan dari Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (BES). Penggabungan ini dilakukan untuk mengefisiensikan daya saing di kawasan regional.

Terdapat beberapa sektor perusahaan yang terdaftar di BEI. Salah satunya adalah perusahaan manufaktur. Berdasarkan Surat Edaran Ketua BAPEPAM No.SE-02/PM/2002 tentang Pedoman Penyajian dan Pengungkapan Laporan Keuangan Emiten atau Perusahaan Publik, pengertian perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang memiliki karakteristik utama yang melakukan kegiatan mengolah sumberdaya menjadi barang jadi melalui suatu proses pabrikasi. Aktifitas perusahaan yang tergolong dalam kelompok industri manufaktur sekurang-kurangnya tiga kegiatan utama yaitu:

- a. Kegiatan untuk memperoleh atau menyimpan input atau bahan baku.
- b. Kegiatan pengolahan/pabrikasi/perakitan atas bahan baku menjadi barang jadi.
- c. Kegiatan menyimpan atau memasarkan barang jadi

Sektor manufaktur biasanya lebih menarik banyak investor sehingga mendorong pertumbuhan produktivitas dan memfasilitasi pergeseran dari kegiatan

yang berproduktivitas rendah kepada kegiatan yang berproduktivitas tinggi. Dalam kegiatannya, perusahaan manufaktur dibagi menjadi berbagai jenis aktivitas, yaitu:

- a. Sektor Industrial Dasar Dan Kimia yang meliputi : Industri Semen, Industri Keramik, Porselen & Kaca, Industri Logam dan Sejenisnya, Industri Kimia, Industri Plastic dan Kemasan, Industri Pakan Ternak, Industri Kayu dan Pengolahannya, Industri Pulp dan Kertas.
- b. Sektor Aneka Industri meliputi : Industri Otomotif dan Komponen, Tekstil dan Garmet, Alas Kaki, Kabel, Elektronika, dan lain-lain.
- c. Sektor Barang Konsumsi yang terdiri dari : Makanan dan Minuman, Rokok, Industri Farmasi, Industri Kosmetika dan Barang Keperluan Rumah Tangga, serta Industri Peralatan Rumah Tangga.

Penulis memilih untuk melakukan penelitian pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman karena merupakan salah satu kebutuhan sehari-hari dan perusahaan sektor makanan dan minuman menjadi salah satu sasaran investor untuk berinvestasi. Perkembangan sektor makanan dan minuman di Indonesia semakin pesat dari tahun ke tahun sehingga cukup kuat untuk menghadapi gejolak ekonomi dan dunia usaha secara global. Menurut Kementerian Perindustrian, pertumbuhan industri makanan dan minuman nasional mencapai 8,16% atau lebih tinggi dari pertumbuhan industri non migas sebesar 5,21%. Sektor makanan dan minuman berkontribusi sebesar 29,95% terhadap PDB industri pengolahan non migas, sedangkan sektor non migas berkontribusi sebesar 86,4% terhadap industri pengolahan atau sebesar 18,17% terhadap PDB Nasional. Perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI dari tahun 2010 sampai tahun 2013 berjumlah 17 perusahaan.

1.2. Latar Belakang Penelitian

Pada dasarnya tujuan utama perusahaan didirikan adalah untuk memperoleh profit yang tinggi. Didalam aktivitasnya perusahaan melakukan pengolahan bahan baku dan menyediakan barang dan atau jasa. Tidak dapat dipungkiri dalam

melaksanakan aktivitasnya perusahaan terkadang menimbulkan masalah seperti pencemaran lingkungan, berkurangnya sumber daya alam, dan polusi.

Perusahaan pada sektor manufaktur adalah salah satu yang dibutuhkan oleh masyarakat. Proses pengolahan perusahaan manufaktur mulai dari pembelian bahan baku kemudian diolah menjadi barang jadi yang dapat dikonsumsi dan dijual kepada konsumen. Dalam proses pengolahan biasanya menimbulkan pencemaran yang berupa limbah yang menyebabkan terjadinya kerusakan pada lingkungan sekitar.

Pengertian Tanggung Jawab Sosial (TJS) perusahaan atau sering disebut dengan Corporate Social Responsibility (CSR) banyak didefinisikan oleh para ahli internasional, Holme dan Watts (2000) dalam Julie Breadsell (2008) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workspace and their families as well as of the local community and society at large*. CSR merupakan keberlanjutan dari komitmen berbisnis untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi sekaligus meningkatkan kesetaraan ruang kerja serta komunitas dan masyarakat luas. Menurut Undang-Undang No 40 Tahun 2007 menyatakan bahwa tanggung jawab sosial merupakan komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat umum. CSR juga sebagai investasi sosial bagi perusahaan terhadap masyarakat.

Di Indonesia untuk menerapkan CSR pada setiap perusahaan sudah terkandung dalam Pasal 74 ayat 1 Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas merupakan kepatuhan perusahaan kepada peraturan sektoral yang sudah ada. Selain itu, dalam undang-undang no. 25 tahun 2007 pasal 15 (b) tentang penanaman modal menyatakan setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung Jawab Sosial Lingkungan bersifat wajib di mana dalam pelaksanaannya, perusahaan harus mengacu kepada semua peraturan perundang-undangan, termasuk Perda yang terkait. Oleh karena itu, perusahaan dituntut agar

lebih maksimal dalam kinerjanya dan dapat melakukan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat yang sebagaimana sudah diatur dalam undang-undang.

Walaupun dalam undang-undang sudah dijelaskan mengenai prinsip-prinsip CSR, namun dalam praktiknya masih saja terdapat fenomena yang menggambarkan adanya perusahaan-perusahaan di Indonesia yang belum melaksanakan CSR dengan baik di setiap sektor perusahaan. Hal ini dapat terjadi karena meskipun telah ditetapkan peraturan-peraturan seperti yang tercantum dalam Undang-undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 yang mengatur pelaksanaan dan pelaporan CSR, namun undang-undang 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.

Selain itu tidak menutup kemungkinan perusahaan yang aktivitasnya tidak berhubungan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan CSR. Karena didalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia N0.47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas pasal 8 ayat 1 dan 2 tidak menutup kemungkinan perusahaan melaksanakan CSR dan untuk perusahaan yang melakukan CSR akan mendapat penghargaan/reward.

Ada dua macam reward yang didapat perusahaan jika menerapkan CSR yaitu reward finansial dan reward non finansial seperti yang di jelaskan Kartini (2009:80). Reward Financial berupa:

- Menurunkan Biaya Operasional Perusahaan
- Meningkatkan Volume Penjualan dan Pangsa Pasar
- Menarik Calon Investor
- Pertumbuhan Nilai Saham yang Signifikan
- Membuat Kesejahteraan Karyawan Lebih Baik
- Mencegah Resiko dari Dampak Sosial
- Mencegah Resiko dari Dampak Alam

Reward non finansial tidak berbentuk uang akan tetapi lebih menunjukkan peningkatan kredibilitas dan kapabilitas perusahaan secara kualitatif, dan tentunya sangat menguntungkan bagi perusahaan tersebut. Inti dari reward CSR yang bersifat non finansial adalah “Memperkuat Reputasi Perusahaan” (Kartini, 2009:83).

Setidaknya ada tiga alasan mengapa perusahaan melakukan CSR. Tiga alasan tersebut yaitu *compliance*, *risk minimization* dan *value creation*. Ketiganya membentuk sebuah kontinum (Bhatt, 2006:6). Berikut penjelasan mengenai ketiga hal tersebut:

1. *Compliance*. Perusahaan setidaknya harus patuh (*comply*) terhadap peraturan nasional. Demikian pula dengan multinasional yang harus mematuhi ketentuan hukum, kesepakatan, konvensi ataupun standar internasional yang berlaku.
2. *Risk Minimization*. Lebih dari sekedar kepatuhan, perusahaan harus menyadari *impact* nyata dan *impact* potensial semacam sosio ekonomi, politik maupun lingkungan. Berdasarkan pada kesadaran inilah, perusahaan harus mengembangkan dan mengimplementasikan kebijakan serta prosedur untuk meminimalisasi berbagai kerusakan atau kerugian yang mungkin dihasilkan dari operasi perusahaan atau dari rekanan bisnis.
3. *Value Creation*. Lebih dari sekedar kepatuhan dan meminimalisasi kerusakan, perusahaan dapat menciptakan “*positive social value*” dengan melibatkan masyarakat di dalamnya (*engage in*), seperti inovasi investasi sosial (*innovation social investment*), konsultasi dengan *stakeholders*, dialog kebijakan (*policy dialog*) dan membangun institusi masyarakat (*building civic institution*), baik secara mandiri ataupun bersama dengan perusahaan yang lain.

Berdasarkan Undang-Undang No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 mewajibkan perusahaan di Indonesia untuk melakukan CSR. Lebih khusus lagi, dalam ayat 1 Undang Undang tersebut, disebutkan bahwa perseroan yang menjalankan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam,

diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Namun tidak menutup kemungkinan perusahaan lain yang aktivitasnya tidak berhubungan dengan sumber daya alam untuk melakukan CSR. Pada dasarnya semua perusahaan memerlukan CSR, mereka yang telah sadar akan pentingnya reputasi tentunya tidak akan ragu untuk melaksanakan CSR. Karena salah satu manfaat utama dari CSR ialah untuk menjadi solusi bagi permasalahan yang kerap terjadi dalam hubungan antara perusahaan dengan publiknya: ketidakmampuan untuk saling memahami dan menerima. Permasalahan ini mengakibatkan kesenjangan antara perusahaan dengan lingkungan sekitarnya.

Penerapan *Corporate Social Responsibility* tidak lagi hanya memperhatikan pada *single bottom line* saja, tetapi perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosialnya akan memberikan perhatian kepada kemajuan masyarakat, khususnya komunitas sekitar (*people*), serta lingkungan (*planet*) dan peningkatan kualitas perusahaan (*profit*). Sesuai dengan konsep 3P oleh John Elkinton (1997) menyatakan bahwa perusahaan yang ingin bertahan dalam jangka panjang. Seharusnya tidak hanya berusaha mengejar keuntungan ekonomi saja, namun harus mulai berkontribusi terkait dengan aspek sosial dan juga lingkungan.

People meliputi dampak perusahaan pada karyawan dan sistem sosial dalam masyarakat dimana perusahaan berada. Hal ini dimaksudkan pihak yang dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan. Jadi, perusahaan mungkin tidak akan mampu untuk melaksanakan kegiatannya tanpa didukung oleh masyarakat sekitar dan karyawan. Dengan memberikan perhatian terhadap masyarakat yang berada dalam lingkup perusahaan dan memberikan kesejahteraan bagi karyawan. *Planet* meliputi pengaruh perusahaan terhadap lingkungan fisik. Pencemaran lingkungan, eksploitasi alam tanpa adanya batas, akan berakibat cepat atau lambat menghancurkan lingkungan sekitar. Oleh sebab itu memunculkan kesadaran perusahaan untuk merencanakan strategi *social responsibility*. *Profit* meliputi kinerja keuangan perusahaan, arus modal, dan keterlibatan ekonomi mereka dalam masyarakat. Hal ini didukung dengan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan

keuntungan agar perusahaan dapat meningkatkan kesejahteraan pemilik, berkontribusi dalam pembayaran pajak bagi negara, dapat melakukan ekspansi perusahaan. CSR harus menjamin bahwa perusahaan bertanggung jawab atas dampak langsung dan tidak langsung kegiatan mereka. CSR pun diharapkan dapat menarik para investor agar menanamkan modalnya pada perusahaan karena perusahaan telah melakukan program CSR tersebut (John Elkington, 1997 dalam Mursitama, 2011).

Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas menjelaskan bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan wajib dimuat dalam laporan tahunan Perseroan untuk dipertanggungjawabkan kepada RUPS. Perseroan yang telah berperan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat diberikan penghargaan oleh instansi yang berwenang. Melalui 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 (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting” PSAK ini menjadi awal pemicu mengenai pengungkapan atas laporan Tanggung Jawab Sosial.

Menurut *National Center for Sustainability Reporting* (SWA), perkembangan laporan berkelanjutan di Indonesia cukup baik. Tandanya, semakin banyak jumlah perusahaan di Tanah Air yang membuat laporan tersebut. Setelah adanya *Indonesia Sustainability Reporting Award* (ISRA) sekarang ini tercatat ada sekitar 40 perusahaan yang membuat laporan berkelanjutan dengan mengacu pada standar pelaporan yang dikeluarkan oleh GRI.

NCSR menyebutkan, jumlah perusahaan yang membuat laporan berkelanjutan di Indonesia paling tinggi di kawasan Asia Tenggara. Di Malaysia tercatat hanya 10 perusahaan yang membuat laporan berkelanjutan. Sementara itu, di Singapura terdapat 15 perusahaan yang membuat laporan berkelanjutan. Untuk Filipina dan Thailand belum banyak diketahui.

Meskipun menjadi yang tertinggi di ASEAN, jumlah perusahaan yang membuat laporan keberlanjutan di Indonesia masih kalah dengan negara-negara maju, seperti Jepang dan Prancis. NCSR memandang kesadaran perusahaan-perusahaan di Indonesia masih rendah untuk membuat laporan keberlanjutan. Pemerintah juga dinilai belum memberikan intensif kepada perusahaan untuk membuat laporan keberlanjutan (SWA Online, 2013).

Hasil survei KPMG (2013) menunjukkan bahwa dari sebanyak 41 negara yang di survei, persentase perusahaan yang memiliki inisiatif dalam melaporkan laporan CSR dari tahun 2011-2013 terus mengalami peningkatan. Berdasarkan negara yang melakukan inisiatif survei, negara Inggris merupakan negara yang paling tinggi persentasenya mencapai 100%, lalu untuk negara Amerika Serikat persentasenya sebesar 96%, negara Afrika Selatan sebesar 98%, dan di Negara Indonesia persentase perusahaan yang melaksanakan CSR adalah sebesar 95%. Berdasarkan survei tersebut, meskipun persentase Indonesia dapat dikatakan cukup baik, namun masih berada di bawah persentase negara-negara lain.

Kasus lain yang menyangkut tentang *corporate social responsibility* yaitu pada PT Indofood dikutip dari Koran Perdjoeangan, adanya pemberian upah dan gaji dibawah UMR bagi karyawan perusahaan pada tahun 2013. Hal ini bertentangan dengan penerapan 3P dalam CSR pada suatu perusahaan. Pada kasus tersebut menunjukkan pelanggaran terhadap penerapan *People* di PT Indofood. Jika dilihat dari laporan keuangan PT. Indofood ditahun tersebut menunjukkan profitabilitas perusahaan dalam keadaan baik. Jika profitabilitas perusahaan tersebut dalam keadaan baik maka perusahaan seharusnya dapat mengeluarkan biaya gaji yang semestinya dibayarkan kepada karyawan. Selain kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan juga harus memperhatikan kesejahteraan karyawan karena karyawan merupakan pemangku kepentingan bagi perusahaan yang menjadi penunjang kesuksesan perusahaan dalam mencapai tujuan.

Dalam ISO 26000, tanggung jawab perusahaan terhadap buruh ditaruh dalam subyek inti ke tiga. Bahkan lebih dahulu dibahas sebelum diskursus subyek inti ke

tujuh tentang pelibatan dan pengembangan masyarakat. Panduan tanggung jawab ISO 26000, menyebut sejumlah aspek yang penting dipenuhi perusahaan bagi buruh, diantaranya status kerja buruh tidak disamakan, eksploitasi tenaga kerja, keselamatan, praktik PHK diskriminatif, tenaga kerja paksa dan tenaga kerja di bawah umur. Juga tentang kesejahteraan buruh yang mencakup upah yang sesuai, kondisi kerja yang memadai, jam kerja yang tidak mengurangi tanggungjawab buruh dalam keluarga, mempertimbangkan *work-life-balance*, peningkatan peluang kerja, pengembangan karir, promosi dan kenaikan pangkat pekerja lokal dan promosi kesejahteraan buruh.

Ada faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Penelitian terdahulu, yang pernah dilakukan oleh Achmad (2007), Eka (2011) dan Yoga (2011) di dalam meneliti faktor-faktor yang di indikasikan memiliki pengaruh terhadap luas pengungkapan CSR antara lain profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, ukuran dewan komisaris dan leverage.

Penelitian ini menggunakan tahun penelitian 2010-2013 dikarenakan standar yang dikeluarkan oleh GRI sebelum tahun 2013 adalah GRI 3.1 dengan total item sebanyak 79 item. Sedangkan setelah tahun 2013 GRI merubah standar yang ditetapkan untuk pengungkapan Corporate Social Responsibility menjadi GRI 4.0 dengan total item sebanyak 91 item. Dikarenakan perbedaan ketetapan standar yang diberlakukan oleh GRI dan berdasarkan ketetapan statistik minimal sampel untuk penelitian adalah 30 sampel makadari itu perneliti menggunakan GRI 3.1 sebagai standar yang digunakan untuk menghitung pengungkapan Corporate Social Responsibility dan jumlah sampel pada tahun tersebut memenuhi ketetapan statistik. Selain itu penerapan GRI 4.0 di Indonesia masih dinilai kurang, masih banyak perusahaan yang menggunakan GRI 3.1 pada tahun 2014 sampai dengan sekarang.

Profitabilitas merupakan tolak ukur sebuah perusahaan sebagai suatu keberhasilan dalam pencapaian kinerja perusahaan tersebut. Laporan keuangan menjadi patokan untuk mengukur bagaimana profitabilitas perusahaan itu dikatakan baik. Profitabilitas merupakan suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu

perusahaan yang dianalisis dengan alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui mengenai baik buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu (Arifani:2013). Perusahaan dengan profitabilitas rendah akan lebih meningkatkan kinerja ekonomi mereka dan memberikan perhatian yang rendah terhadap lingkungan.

Hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dikaitkan dengan teori keagenan dimana berdasarkan teori keagenan, perusahaan yang menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah cenderung akan melaporkan laba lebih rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen salah satunya biaya yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat seperti melakukan *Corporate Social Responsibility* (Angraini, 2006). Sehingga jika perolehan laba semakin besar maka pengungkapan sosial oleh perusahaan akan semakin luas. Profitabilitas dapat diukur menggunakan Return On Asset (ROA). Return On Asset adalah analisis keuangan yang mengukur tingkat laba terhadap aset yang digunakan dalam menghasilkan laba tersebut (Prihadi 2010:125).

Hubungan profitabilitas dan pengungkapan CSR menurut Kamil dan Ahmad (2012) adalah positif, dimana jumlah pengungkapan CSR akan meningkat seiring meningkatnya profitabilitas. Purwaningsih (2015), Indaswari (2014), Fibrianti (2015) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Mutia (2011), Putri dan Crishtiawan (2014) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan menurut (Sari, 2009) dalam (Hastuti, 2011). Hal ini dikaitkan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar (Hastanti, 2011). Untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan cenderung mengungkapakan informasi yang lebih luas.

Dikutip dari Hastanti (2011) menurut Cowen et al, (1987) dalam (Sembiring:2005), secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan semakin luas. Ukuran perusahaan dapat dikukur salah satunya menggunakan total aset, dengan pertimbangan total aset perusahaan relatif lebih stabil dibandingkan dengan jumlah penjualan dan nilai kapitalisasi pasar (Guna dan Herawaty, 2010). Pengukuran total aset pada penelitian ini juga menggunakan log natural total aset, penggunaan logaritma natural (\ln) dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengurangi fluktuasi data dan besaran angka yang berlebih (Butar butar dan Sudarsi, 2012).

Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR menurut penelitian yang dilakukan oleh Indraswari (2014), Hastuti (2011), Fibrianti (2015), Dewi dan Keni (2013). Tetapi tidak semua penelitian mendukung hubungan ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR tersebut. Adapun penelitian yang tidak menunjukkan hubungan yang positif seperti penelitian yang dilakukan oleh Achmad (2007).

Berdasarkan latar belakang dan hasil penelitian yang tidak konsisten dari penelitian-penelitian terdahulu maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan membahas permasalahan tersebut dengan mengambil judul “PENGARUH PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2010-2013)”.

1.3. Perumusan Masalah

Sekarang ini tujuan dari perusahaan bukan hanya mementingkan manajemen dan investor namun aspek karyawan, konsumen serta masyarakat pun perlu

diperhatikan. Pengungkapan CSR perusahaan sangat penting dilakukan agar masyarakat mengetahui seberapa besar kontribusi perusahaan terhadap masyarakat.

Meski perusahaan tahu bahwa CSR adalah aspek yang penting dalam mempengaruhi keberlangsungan perusahaan, pada prakteknya masih banyak perusahaan yang belum melakukan pengungkapan CSR terutama dalam laporan tahunan perusahaan.

1.4. Pertanyaan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2010-2013
2. Apakah Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2010-2013
3. Apakah Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility, sebagai berikut:
 - a. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2010-2013
 - b. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2010-2013

1.5. Tujuan Penelitian

Sesuai latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman periode 2010-2013
2. Untuk mengetahui apakah Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2010-2013
3. Untuk mengetahui apakah Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan secara parsial terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sebagai berikut:
 - a. Untuk mengetahui apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2010-2013
 - b. Untuk mengetahui apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2010-2013

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis maupun manfaat praktis.

1.6.1. Manfaat Teoritis

1. Bagi Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana belajar dan memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori yang telah dimiliki dan juga untuk menambah wawasan tentang pengungkapan CSR di perusahaan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dan acuan dengan variabel yang digunakan sama serta dapat menambah ilmu pengetahuan tentang pengungkapan CSR di perusahaan.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Investor

Diharapkan sebagai acuan dalam sebuah pengambilan keputusan investasi, guna menentukan perusahaan yang memberikan tingkat pengembalian investasi yang diharapkan, tanpa melupakan tanggung jawab sosialnya.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberikan masukan-masukan atau informasi kepada manajemen perusahaan mengenai pentingnya pertanggungjawaban sosial bagi perusahaan.

3. Bagi Pemerintah

Diharapkan dapat menjadi referensi dalam membuat kebijakan mengenai item-item yang seharusnya dilaporkan dalam praktik Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia.

1.7. Ruang Lingkup Penelitian

1.7.1. Variabel dan Sub Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdiri dari variabel terikat (variabel dependen) dan variabel bebas (variabel independen). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas dan ukuran perusahaan.

1.7.2. Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Universitas Telkom, karena pada penelitian ini data yang diperlukan adalah data sekunder, peneliti mencari data yang dapat di unggah di situs atau website idx untuk melihat perusahaan sektor makanan dan minuman yang menerbitkan *annual report*.

1.7.3. Waktu dan Periode Penelitian

Waktu penelitian yang diharapkan peneliti adalah mulai dengan bulan September hingga November untuk waktu penulisan proposal. Setelah itu dilanjutkan dengan proses penulisan skripsi.

1.8. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistem penulisan bertujuan agar dalam penulisan tugas akhir lebih terarah dan merupakan gambaran permasalahan dari setiap bab dalam penelitian ini. Adapun penyusunan penelitian ini, sistematika penulisan yang digunakan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai gambaran umum terhadap objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, pernyataan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini menguraikan landasan teori yang akan digunakan sebagai acuan dasar bagi penelitian khususnya mengenai profitabilitas, ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR, serta menjelaskan penelitian terdahulu sebagai acuan penelitian ini dan teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang dibahas serta teori penunjang dalam memecahkan masalah, sehingga terbentuk kerangka pemikiran yang akan mengantarkan pada kesimpulan penelitian, serta ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini mendeskripsikan aspek untuk menjawab atau menjelaskan masalah penelitian yang meliputi penjelasan mengenai : karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, tahapan penelitian, populasi dan sampel, validitas dan reliabilitas, teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian. Selain itu, pada bab ini akan menginterpretasikan hasil pengujian penelitian

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan penafsiran kesimpulan penelitian dan saran yang ditujukan kepada berbagai pihak yang merupakan hasil dari penelitian yang dilakukan sehingga dapat berguna untuk kegiatan lebih lanjut.