

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Setiap manusia pasti menginginkan hasil terbaik atas usaha yang dilakukannya. Hasil dari proses pencapaian itulah yang kemudian dijadikan tolok ukur atas keberhasilan usaha manusia. Namun yang perlu ditegaskan adalah sebagian besar dampak usaha tersebut, baik berhasil ataupun gagal, semua tak lepas dari peran orang lain yang berada di sekitar manusia tersebut. Oleh karena itu harus ada usaha –usaha yang harus dilakukan.

Didalam dunia bisnis. Setiap industri yang didirikan oleh para pengusaha pasti memiliki hasil akhir yang ingin dicapai. Kebanyakan industri yang ada memilih profit atau keuntungan sebagai hasil atau buah atas usaha maupun modal yang telah mereka pertaruhkan sebelumnya. Keuntungan menjadi nadi perusahaan-perusahaan dalam menjalankan bisnisnya agar dapat menjaga keberlangsungan bisnis tersebut. Keuntungan pula yang dapat menjaga kepercayaan para investor untuk turut menanamkan modal dalam upaya perluasan sayap bisnis perusahaan dan menjaga kepercayaan masyarakat untuk mendukung eksistensi perusahaan kedepannya. Terlihat bahwa perusahaan memerlukan paling tidak investor dan masyarakat dalam proses pencapaian keuntungan tersebut.

Profitabilitas adalah hasil akhir bersih dari berbagai kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan Brigham & Houston, (2006), ( dalam Nistantya, 2010), dimana rasio ini digunakan sebagai alat pengukur atas kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Dengan demikian pengukuran profitabilitas suatu

perusahaan menunjukkan tingkat efektifitas manajemen secara menyeluruh dan secara tidak langsung para investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis ini. Selain itu keuntungan (profitabilitas) sangat penting bagi perusahaan bukan saja untuk terus mempertahankan pertumbuhan bisnisnya namun juga memperkuat kondisi keuangan perusahaan.

Rasio profitabilitas adalah sekelompok rasio yang menunjukkan gabungan pengaruh dari likuiditas, manajemen aktiva, dan utang pada hasil operasi (Brigham & Houston, 2006). Rasio yang biasa digunakan untuk mengukur dan membandingkan kinerja profitabilitas adalah *gross profit margin*, *operating profitmargin*, *net profit margin*, *Return on Equity* dan *Return on Assets* Syamsudin (1985:55), ( dalam Nistantya , 2010).

Perusahaan sebagai bagian dari masyarakat dan lingkungan perlu menyadari bahwa keberhasilan atau prestasi yang dicapai bukan hanya dipengaruhi oleh faktor internal melainkan juga dipengaruhi oleh masyarakat dan lingkungan atau komunitas di sekitar perusahaan (Rahman, 2009). Selain itu, pada masa sekarang ini, terjadi perubahan paradigma dari masyarakat dan lingkungan terhadap perusahaan. Salah satu perubahan paradigma tersebut adalah adanya perubahan harapan dari pihak pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan (Chapple dan Moon, 2005). Perusahaan dituntut untuk melakukan suatu tindakan yang lebih peduli kepada masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu, sebagai wujud kepedulian dan tanggungjawab perusahaan, perusahaan melakukan pertanggungjawab sosial atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Ide tentang *corporate social responsibility* (CSR) atau juga dikenal dengan *triple bottom line* (*Economic, Sosial, and Environmental*) bukan ide baru dan telah ada sejak abad ke-19, yang dimulai dengan revolusi industri. Tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*) semakin mendapatkan perhatian oleh kalangan dunia usaha. Di Indonesia sejak era reformasi bergulir, masyarakat semakin kritis dan mampu melakukan kontrol sosial terhadap dunia usaha. Perubahan pada tingkat kesadaran masyarakat tersebut memunculkan kesadaran baru tentang pentingnya melaksanakan *corporate social responsibility* (CSR) .

*Corporate Social Responsibility* saat ini bukan lagi bersifat sukarela/komitmen yang dilakukan perusahaan didalam mempertanggungjawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib/menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan : (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). (2) TJSL merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan ([www.hukumonline.com](http://www.hukumonline.com)). Dengan TJSL , perusahaan khususnya perseroan terbatas yang bergerak di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat.

Terdapat pandangan yang menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya dinilai dari kinerja finansialnya saja tetapi juga dinilai dari kinerja sosial perusahaan (*corporate social performance*), yaitu bagaimana perusahaan tidak hanya memuaskan para pemilik modal tetapi juga harus memuaskan seluruh *stakeholdernya*, merupakan salah satu faktor yang menyebabkan mulai munculnya pandangan bahwa perusahaan harus melaksanakan aktivitas sosial, disamping aktivitas operasionalnya Budiarsi(2005), (dalam Nistantya, 2010).

Beberapa tahun terakhir banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program *corporate social responsibility* (CSR) sebagai bagian dari strategi bisnisnya. *Survey* global yang dilakukan oleh *the economistintelligence unit* menunjukkan bahwa 85% eksekutif senior dan investor dari berbagai organisasi menjadikan CSR sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan Warta Ekonomi (2006), (dalam Sayekti dan Ludovicus,2006). Penelitian Basamalah dan Jermias (2005) menunjukkan bahwa salah satu alasan manajemen melakukan pelaporan sosial adalah untuk alasan strategis. Meskipun belum bersifat *mandatory*, tetapi dapat dikatakan bahwa hampir semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta sudah mengungkapkan informasi mengenai CSR dalam laporan tahunannya (Yuniasih dan Gede, 2007).

Keberhasilan CSR sendiri dapat diukur melalui indikator yang disebut dengan *corporate social performance*. *Corporate social performance* merupakan hal yang cukup penting bagi citra (*reputation*) perusahaan, terutama untuk jangka panjang perusahaan yang dapat memberi kontribusi cukup berarti dalam pengembangan berkelanjutan bagi perusahaan. Dengan demikian *corporate socialperformance* dapat

menjadi salah satu ukuran bagi citra atau reputasi perusahaan. Citra atau reputasi perusahaan sendiri merupakan salah satu aset yang sangat berharga. Dari sini dapat dijadikan titik tolak mengapa CSR merupakan salah satu komponen kunci yang penting bagi pengembangan reputasi perusahaan. CSR juga dapat dijadikan semacam “asuransi jaminan” yang diperlukan untuk melindungi perusahaan jika sewaktu-waktu terjadi sesuatu yang tidak diharapkan Budiarsi (2005), ( dalam Nistantya, 2010 ) dan dapat menjaga keberlangsungan aktivitas perusahaan agar terus berlangsung secara *sustainable*. Selain dengan *corporate social performance*, CSR juga dapat diukur dengan menggunakan *KLD score* Tsoutsoura (2004), (dalam Nistantya, 2010). Perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang melalui penerapan CSR Kiroyan (2006), (dalam Yuniasih dan Gede, 2007).

Penelitian tanggung jawab sosial di Indonesia memunculkan hasil yang beragam. Hasil penelitian Sembiring (2003 dan 2005) dan Anggraini (2006) di atas berbeda dengan hasil penelitian-penelitian sebelumnya. Roberts (1992) dan Gray dkk. (1999), (dalam Kusumadilaga, 2010) menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara pengungkapan sosial dengan profitabilitas. Penelitian Parsa dan Kouhy (1994) menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan yang diukur dengan proksi *trading profitmargin* menunjukkan hubungan positif terhadap pengungkapan social Hossain dkk. Penelitian ini mempunyai persamaan atas penelitian yang dilakukan oleh Yuniasih dan Gede (2007). Persamaan penelitian ini dengan penelitian Yuniasih dan Gede tersebut adalah sama-sama menganalisis tentang pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan.

Perusahaan sebagai entitas ekonomi lazimnya memiliki tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Dalam jangka pendek perusahaan bertujuan memperoleh laba secara maksimal dengan menggunakan sumber daya yang ada, sementara dalam jangka panjang tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan tergambar dari harga saham perusahaan bersangkutan. Euis dan Taswan (2002) menyatakan bahwa semakin tinggi harga saham berarti semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi.

Secara umum setiap perusahaan memiliki tujuan yang sama yaitu untuk mendapatkan laba yang optimum dan untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan serta untuk mengembangkan usahanya. Dengan laba yang optimum, maka perusahaan dapat memaksimalkan nilai pemegang sahamnya. Nilai pemegang saham berbanding lurus dengan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin tinggi pula kemakmuran pemegang saham. Sehingga dengan kata lain, dengan nilai perusahaan yang optimum maka perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya dalam rangka dapat memaksimalkan laba. Sejalan dengan itu, Levy dan Sarnat (1990:2) merinci tujuan perusahaan yaitu sebagai berikut: Memaksimalkan laba, memaksimalkan penjualan, mempertahankan eksistensi perusahaan, mencapai tingkat laba tertentu yang memuaskan, mencapai pangsa pasar tertentu, meminimalkan karyawan yang meninggalkan perusahaan, kedamaian internal (adanya pertentangan di antara jajaran manajemen) , memaksimalkan kesejahteraan manajemen.

Dalam penelitian Sunarto dan Agus (2007) meneliti tentang pengaruh leverage, ukuran dan pertumbuhan perusahaan terhadap profitabilitas. Populasi dalam penelitian ini meliputi semua perusahaan daerah air minum (PDAM) di wilayah Provinsi Jawa Tengah dalam kurun waktu Tahun 2004 sampai dengan Tahun 2007, dimana terdapat 35 PDAM di wilayah Provinsi Jawa Tengah. Sunarto dan Agus menyimpulkan Ukuran perusahaan yang diwakili besarnya penjualan terbukti berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Hal ini menunjukkan omzet penjualan yang makin tinggi makin menguntungkan perusahaan. Sedangkan penelitian menurut Mirnawati (2012) dalam Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Property dan Realestate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesiamenyatakan bahwa Secara parsial, variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan property dan realestate yang terdaftar di bursa efek Indonesia.

Selanjutnya, Kualitas audit adalah probabilitas dimana seorang auditor menemukan dan melaporkan tentang adanya suatu pelanggaran dalam sistem akuntansi auditeenya. Kualitas audit ditentukan oleh kompetensi dan independensi auditor. Kualitas audit dapat mempengaruhi lamanya waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan audit. Salah satu alat yang digunakan untuk menilai kualitas audit adalah ukuran KAP (Kantor Akuntan Publik). Perusahaan yang diaudit oleh KAP anggota *TheBig Four* akan lebih cepat mempublikasikan laporan keuangannya daripada perusahaan yang diaudit oleh KAP *Non The Big Four*.

Lamanya waktu penyelesaian audit dapat mempengaruhi ketepatan waktu informasi tersebut untuk dipublikasikan sehingga berdampak pada reaksi pasar

terhadap kelambatan informasi dan mempengaruhi tingkat ketidakpastian keputusan yang didasarkan pada informasi yang dipublikasikan. Apabila informasi yang disajikan tidak tepat waktu, maka kemampuan laporan keuangan sebagai alat bantu prediksi bagi pengguna dapat berkurang atau bahkan menghilang karena semakin lama waktu tertunda dalam penyajian laporan keuangan suatu perusahaan ke publik maka informasi di dalamnya akan menjadi usang dan tidak lagi bermanfaat dalam pengambilan keputusan. Terlebih lagi penundaan laporan keuangan ini dapat berdampak negatif pada reaksi pasar. Makin lama masa tunda, maka relevansi laporan keuangan makin diragukan.

Pemilihan KAP oleh manajemen atau pemilik perusahaan untuk melakukan proses audit atas kinerja keuangan perusahaannya menjadikan awal dari hubungan *stewardship*. KAP akan bekerja secara profesional untuk menghasilkan kinerja yang baik dalam menjaga reputasinya. Sedangkan manajemen ingin mendapatkan tingkat akuntabilitas yang tinggi atas kinerja keuangannya dari hasil audit KAP yang berkualitas. Kualitas audit yang dilakukan oleh KAP yang reputasinya baik akan lebih menjamin tentang akuntabilitas kinerja keuangan perusahaan yang diauditnya.

Laporan keuangan mencerminkan kinerja suatu perusahaan dan berguna bagi para pemakainya, baik pihak eksternal maupun internal dalam melakukan pengambilan keputusan ekonomi sehingga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Parameter yang seringkali digunakan untuk menilai kinerja perusahaan adalah laba yang diperoleh untuk suatu periode tertentu, yang tercermin dalam laporan laba rugi. Suatu perusahaan yang dinilai atau dievaluasi berdasarkan laporan



keuangannya akan berusaha agar laporan laporan keuangannya dapat memberikan penampilan terbaik bagi para pengguna laporan keuangan.

Menurut Kane dan Velury (2005),(dalam Luhglatno, 2007), *Thebig four* dapat memberikan jaminan yang lebih besar kepada investor terhadap integritas pelaporan keuangannya karena (a) mereka memiliki kemampuan yang besar dan lebih luas secara geografis serta bermacam-macam kemampuan teknik untuk memusatkan pada tugas audit, dan (b) dengan sumber daya yang besar mereka secara hukum legal, termasuk reputasi perusahaan, mereka memberikan jaminan yang tinggi mengenai integritas suatu laporan.

Dalam penelitian Luhglatno (2010) meneliti tentang pengaruh kualitas audit terhadap profitabilitas keuangan dalam hal ini ROA (*Return On Asset*) . Penelitian ini hanya menggunakan 18 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta tahun 2002 – 2006. Luhglatno menyimpulkan bahwa

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *corporate social responsibility* sebagai variabel independent karena secara teoritis ketika perusahaan semakin meningkatkan kegiatan *corporate social responsibility* maka dapat meningkatkan *image* dari perusahaan dan akan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Luhglatno menyimpulkan KAP Big Four tidak berpengaruh secara signifikan terhadap praktik manajemen labapada perusahaan yang melakukan IPO di Indonesia.

Masalah tanggung jawab sosial perusahaan kepada lingkungan sosial semakin banyak disoroti, maka penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh

kepedulian sosial perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terhadap profit yang dihasilkannya. Biaya-biaya sosial sebagai wujud pelaksanaan CSR perusahaan dikaitkan dengan profitabilitas perusahaan, terutama pada *return* yang akan diterima perusahaan.

Penulis menggunakan Nilai Perusahaan tahun sebelumnya sebagai variabel karena Nilai Perusahaan dapat digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Ini menjadi indikator untuk profitabilitas.

Penulis juga menggunakan kualitas audit sebagai variabel dalam penelitian ini karena kualitas audit sangat berpengaruh terhadap kepercayaan pihak eksternal akan laporan keuangan suatu perusahaan termasuk investor. Apabila auditor tidak independen dalam memeriksa laporan keuangan, maka masalah kelangsungan usaha suatu perusahaan tidak akan terungkap dalam laporan audit.

Profitabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan atau tingkat kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan atau profit. Profitabilitas sering digunakan sebagai pengukur kinerja manajemen perusahaan dan efisiensi penggunaan modal. Semakin tinggi profitabilitas maka akan semakin tinggi ketepatan waktu pelaporan keuangan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Catrinasari (2006), Noviandi (2007), dan Prabowo (2008) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan, tetapi hasil penelitian Wijayanti (2008) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan.

Penelitian ini menggunakan populasi penelitian perusahaan-perusahaan yang telah *listing* di BEI (Bursa Efek Indonesia), dimana perusahaan yang sudah *listing*

tersebut mendapatkan sorotan yang cukup luas dari publik. Informasi tentang aktivitas operasional dan informasi keuangan perusahaan tersebut juga dapat diakses secara terbuka oleh publik, sehingga perusahaan memang perlu melaksanakan dan mengungkapkan CSR.

Perusahaan manufaktur menjadi objek atau sampel penelitian karena sektor manufaktur merupakan salah satu sumber pendapatan negara yang cukup besar namun masih sangat jarang menjadi objek penelitian. Apabila dilihat dari segi besarnya pendapatan sector manufaktur, banyak investor yang berminat untuk menanamkan modal di perusahaan manufaktur karena akan menghasilkan keuntungan yang besar dalam jangka waktu yang cukup panjang. Selain itu, perusahaan di sektor manufaktur juga sangat dipengaruhi oleh peraturan dan hukum yang diberlakukan di negara tempat perusahaan itu beroperasi.

Penelitian ini didasarkan pada penelitian terdahulu yang mempunyai perbedaan hasil penelitian dalam variabel CSR dan nilai perusahaan yang berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Selain itu peneliti menggunakan Perusahaan manufaktur sebagai sampel penelitian. Perbedaan lainnya adalah dalam penelitian ini peneliti menggunakan tiga variabel yaitu CSR, Nilai perusahaan dan kualitas Audit. Inilah yang akan menjadi *reserach gap* dalam penelitian ini, sehingga menarik dan perlu dilakukan penelitian lebih lanjut yang berhubungan dengan *research gap* tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini mengambil judul

**“Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) , Nilai Perusahaan dan Kualitas Audit Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi pada Perusahaan manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia).**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

Apakah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), nilai perusahaan dan Kualitas audit, berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia baik secara simultan maupun secara parsial?

## **C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun Tujuan penelitian ini antara lain :

Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara pengungkapan tanggung jawab sosial, nilai perusahaan, dan kualitas audit terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur yang terdaftar (*listing*) di Bursa Efek Indonesia (BEI)

### **2. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini antara lain :

#### **a) Bagi Pihak Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan pengetahuan dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya di bidang akuntansi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan

referensi dan perbandingan untuk penelitian penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

b) Bagi Pihak Perusahaan / Manajemen

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan yang berkaitan dengan pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan yang disajikan. dengan pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan yang disajikan.

c) Bagi Pihak Investor

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi atau masukan bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi.

d) Bagi Masyarakat

Memberikan stimulus sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan. Selain itu, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.

e) Bagi Pemerintah

.Sebagai bahan bagi Pemerintah untuk dijadikan bahan masukan kepada regulator dalam menyusun peraturan pelaksana lebih lanjut terkait pelaksanaan kewajiban bagi perseroan terbatas.