

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya tentu tidak hanya berusaha untuk mendapatkan keuntungan secara *financial* belaka, akan tetapi keuntungan sosial tentunya juga menjadi sasaran yang akan menguatkan pendapatan *financial*. Ini sering dilakukan oleh perusahaan berupa penguatan pelanggan (*customer*) sebagai kelanjutan mencari konsumen. Dalam rangka mempertahankan konsumen, segala usaha dilakukan dan bahkan seringkali terjadi pelanggaran-pelanggaran etika, dan pada akhirnya konsumen atau orang di luar perusahaan sering mendapatkan dampak negatifnya. Keuntungan sosial diperlukan oleh perusahaan berupa kepercayaan (*trust*) dari masyarakat terhadap perusahaan dan di masa yang akan datang dapat mencegah konflik sosial antara masyarakat dengan perusahaan.

Hubungan sosial antar individu maupun kelompok sosial merupakan hal yang harus diperhatikan untuk menciptakan kepercayaan. Sebagai sebuah perusahaan yang beretika tentunya hubungan dengan masyarakat luar (sekitarnya), hubungan antar anggota perusahaan (antar karyawan, karyawan dengan atasan) dan juga kepada para pemegang saham (*stakeholders*) agar dapat terlaksana dengan baik dan menciptakan sebuah modal sosial yang kuat. Konsep ini kemudian berkembang dengan istilah *Corporate Social Responsibility*.

Corporate Social Responsibility dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan publik untuk menjelaskan berbagai dampak permasalahan sosial yang timbul di perusahaan. Perkembangan *Corporate Social Responsibility* terkait dengan semakin parahnya kerusakan lingkungan yang terjadi di Indonesia maupun dunia, mulai dari penggundulan hutan, polusi udara dan air, hingga perubahan iklim. Di Indonesia, *Corporate Social Responsibility* semakin mendapatkan perhatian dari banyak perusahaan. Masyarakat pun semakin kritis dan mampu melakukan kontrol sosial terhadap usaha mereka.

Melihat hal tersebut, perusahaan perlu mempertimbangkan *Corporate Social Responsibility* sebagai salah satu aspek daya tarik bagi investor selain kinerja keuangan perusahaan. Investor cenderung tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan keuangan, dimana pelaporan keuangan merupakan media bagi manajemen perusahaan dalam memberikan informasi kinerja keuangan perusahaan yang bermanfaat untuk *stakeholders*.

Dengan menjalankan *Corporate Social Responsibility* akan memberikan dampak positif terhadap kondisi sosial dan lingkungan perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu media yang dipilih untuk memperlihatkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat disekitarnya. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan di Indonesia awalnya bersifat sukarela. Namun pada era globalisasi sekarang ini, *Corporate Social Responsibility* menjadi sangat penting dan menjadi nilai tambah bagi perusahaan di mata dunia.

Dengan adanya hal tersebut, perkembangan praktek dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mendapat dukungan dari pemerintah, yaitu dengan dikeluarkannya regulasi terhadap kewajiban praktek dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* melalui Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007. Pada Pasal 66 ayat (2) bagian c disebutkan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pada pasal 74 menjelaskan kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam.

Sedangkan pada pasal 1 ayat 3 *Corporate Social Responsibility* dikenal dengan istilah tanggung jawab sosial dan lingkungan yang diartikan sebagai 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 pada umumnya.

Pemberlakuan undang-undang tersebut mendorong perusahaan untuk bertanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial. Dengan adanya standar perlakuan terhadap praktik pelaporan *Corporate Social Responsibility* akan menjadikan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*), sehingga pelaporan *Corporate Social Responsibility* akan lebih akurat dan lengkap.

Dari sekian banyak jenis perusahaan yang dapat merusak lingkungan karena kegiatan perusahaannya, perusahaan tambanglah yang paling banyak menimbulkan kerusakan lingkungan dan dapat merugikan masyarakat sekitar. Berbagai masalah timbul dalam dunia industri pertambangan seperti kerusakan lingkungan, PETI (Penambangan tanpa izin), komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat atau antara perusahaan dengan masyarakat yang kurang baik, konflik kepemilikan lahan dan lain-lain.

Masalah sosial global bidang pertambangan yang terjadi saat ini adalah kemiskinan sebagai akibat dari bagi hasil penerimaan yang tidak seimbang. Masalah lingkungan yang perlu diperhatikan oleh perusahaan yaitu masalah lingkungan hidup seperti bencana alam dan *global warming*.

Masalah-masalah tersebut apabila tidak tertangani dengan baik dapat menjadi bom waktu yang sewaktu-waktu justru dapat merusak eksistensi perusahaan. Tuntutan tersebut meningkatkan kesadaran dan kepekaan perusahaan sehingga melahirkan konsep tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang.

Perusahaan dapat memperkecil kemungkinan terjadinya kerusakan lingkungan yang akan terjadi akibat aktivitas tambang yang dilakukan oleh perusahaan. Sehingga CSR merupakan investasi masa depan perusahaan untuk menciptakan pembangunan berkelanjutan (*Sustainability Development*).

Berikut adalah fenomena mengenai *Corporate Social Responsibility*: