

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan perubahan kondisi lingkungan dan ekonomi pada dunia usaha seperti tingkat persaingan yang tinggi, biaya ekonomi yang tinggi, adanya undang-undang perburuhan, dan reformasi birokrasi, maka perusahaan diharuskan untuk lebih transparan dalam mengungkapkan informasi perusahaannya. Peran perusahaan tidak hanya untuk memperoleh keuntungan saja, tetapi juga harus menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat sosial. Kondisi ini menjadikan fungsi tanggung jawab sosial perusahaan menjadi semakin penting untuk diperhatikan dan diimplementasikan. Agar perusahaan dapat bersaing, harus lebih transparan dalam mengungkapkan informasi perusahaannya sehingga akan lebih mudah untuk mengantisipasi kondisi di luar perusahaan yang terus mengalami perubahan (Wakid, 2012).

Salah satu informasi yang perlu diungkapkan demi keberlangsungan perusahaan adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility* atau *CSR*). Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan keseluruhan hubungan perusahaan dengan semua *stakeholdernya*, yang meliputi antara lain konsumen, masyarakat, pemilik/investor, pemerintah, dan pemasok (Wakid, 2012).

Menurut Pambudi (2006), terdapat berbagai variasi cara pandang perusahaan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, apakah hal ini dianggap sebagai hal