

BAB I

PENDAHULUAN

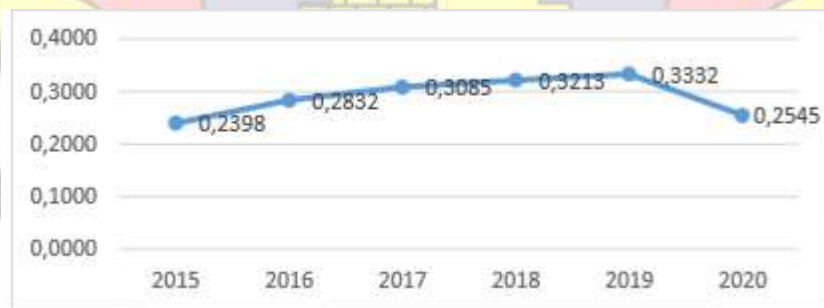
1.1. Latar Belakang Penelitian

Perusahaan selalu membangun hubungan/literasi sosial dengan masyarakat dalam setiap kegiatannya, baik dalam proses produksi maupun dalam pendistribusiannya. Tentu saja, ini adalah beberapa pertimbangan utama yang dilakukan ketika banyak pihak memberikan kredit atau investasi. Sebagai contoh, produsen di industri barang konsumsi umumnya memiliki kondisi limbah yang tidak dapat dihindari dan kondisi yang berbeda untuk kegiatan bisnis mereka. Tidak ada keraguan bahwa lingkungan menguntungkan bagi perusahaan yang berada di bidang ini, tetapi sulit bagi perusahaan yang dekat dengan pemukiman atau perusahaan yang memiliki akses padat. Perusahaan perlu mengembangkan hubungan sosial dengan masyarakat agar dapat memberikan tingkat keamanan yang menguntungkan kedua belah pihak, seperti tertuang pada Undang-Undang No. 40 Tahun 2007, pelaku usaha perlu untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam berbagai kegiatan yang berkaitan dengan sumber daya alam dan tentunya lingkungan sosial (Akim, 2017).

Salah urus sumber daya alam menghadirkan berbagai ancaman kerugian bagi perusahaan dan lingkungan sekitar, mulai dari berjangkitnya penyakit akibat pencemaran limbah perusahaan (air dan udara), kerusakan sarana dan prasarana transportasi, hingga berbagai bentuk kerugian yang dapat mengakibatkan bencana perusahaan. perlu memiliki pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang baik untuk membuatnya lebih mudah dan lebih baik untuk terhubung

dengan lingkungan mereka. Kali ini, peneliti mencoba mengkaji pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) oleh perusahaan-perusahaan di industri barang konsumsi dengan berdasar pada laporan tahunan perusahaan.

Melalui analisis laporan tahunan perusahaan manufaktur barang konsumsi tahun 2016-2020 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), didapatkan masih banyak perusahaan yang kurang memperhatikan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitar di mata publik dan investor, dan sebaliknya, semakin banyak pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), reputasi perusahaan akan semakin baik. Data di bawah ini menunjukkan rata-rata pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) perusahaan manufaktur pada subsektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).



Sumber: www.idx.co.id (data diolah) 2022

Data pengungkapan CSR di atas menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan meningkat sebesar 5% dari tahun 2015 ke 2019, dan menurun sebesar 2% dari 2019 ke 2020. Artinya pengungkapan CSR oleh perusahaan-perusahaan di industri barang konsumsi tetap fluktuatif dari tahun ke tahun. Exchange et.al (2020) mengatakan bahwa semakin tinggi kegiatan CSR perusahaan maka citra perusahaan di investor dan mata publik semakin baik.

Investor akan lebih memilih perusahaan dengan citra yang baik di mata publik karena meningkatkan keberlanjutan perusahaan. Apabila total CSR perusahaan di atas 50%, CSR yang baik dapat terlihat, sebaliknya jika CSR lebih rendah dari 50% maka dapat dikatakan perusahaan masih jarang melakukan CSR yang akan mengurangi citra perusahaan di masyarakat, karena kurangnya perhatian terhadap lingkungan sekitar sehingga berdampak pada masyarakat dan juga pada investor yang ingin berinvestasi.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau biasa dikenal tanggung jawab sosial perusahaan adalah bagian terpenting dari operasional perusahaan sehari-hari. Perusahaan juga akan menghadapi kesulitan hukum di tingkat operasional jika mengabaikan tanggung jawabnya, perusahaan memiliki kemungkinan terburuk untuk ditutup jika mengabaikan tanggung jawab sosialnya. Salah satu perusahaan yang mengalami kerugian akibat kelalaian sosial yang beberapa waktu yang lalu jadi sorotan adalah PT Siantar TOP dan PT SBI yang pada tahun 2017 menemukan limbah yang tumpah sehingga menyebabkan genangan air di sungai berubah warna dan menimbulkan bau. Dalam hal ini, udara dan air menjadi tercemar, diambil dari (bekasiekspres.com Juli 2017, terakhir diakses 10 April 2022). Penyebaran berita dan isu bisnis utama merupakan kerugian besar, tentunya tidak hanya perusahaan, pemegang saham dan berbagai pihak yang sebelumnya telah melakukan transaksi bisnis dengan mereka akan terancam. Kreditur maupun investor juga akan mempertimbangkan apakah perusahaan memiliki citra buruk di masyarakat, sehingga penting untuk memperhatikan masalah pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan untuk menghindari

pencemaran lingkungan, penggunaan formalin dalam konservasi, mengubah atau bahkan menjual kembali produk yang sudah kadaluarsa atau dianggap tidak layak konsumsi (Putra, 2015).

Oleh karena itu, perusahaan di sektor barang konsumsi haruslah mengungkapkan kegiatan CSR mereka baik dalam laporan tahunan maupun dalam laporan terpisah. Atas dasar fenomena tersebut, telah banyak menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan. Misalnya kerusakan lahan akibat sisa produksi dan pencemaran udara akibat produksi tembakau serta berbagai dampak negatif lainnya, namun tidak semua perusahaan mengabaikan pelaksanaan CSR, terdapat perusahaan yang baik seperti PT Indofood pada kontan .co.id September 2019 dikutip dalam berita (Kontan .co.id September 2019, terakhir diakses 18 April 2022). Perusahaan tersebut telah menyediakan \$2,2 miliar dalam pendanaan untuk pendidikan mahasiswa yang sedang belajar di semester akhir mereka. Dalam hal ini, PT Indofood mengumumkan CSR di bidang pendidikan dan pelatihan. Ada banyak manfaat jika perusahaan menerapkan pengungkapan tanggung jawab sosialnya dengan benar, yaitu lebih bernilai bagi investor dan masyarakat sekitar. Dapat disimpulkan bahwa penting bagi perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memusatkan perhatian pada tiga hal: profit, lingkungan dan masyarakat. Dengan lebih memperhatikan lingkungan sekitar perusahaan, maka perusahaan turut serta dalam upaya pelestarian lingkungan untuk menjaga kualitas hidup masyarakat dalam jangka panjang. Pengertian CSR adalah suatu tindakan atau konsep yang

dilakukan oleh suatu perusahaan (sesuai dengan kapasitasnya) sebagai bentuk tanggung jawab terhadap masyarakat atau sekitarnya. CSR merupakan fenomena strategi perusahaan yang memperhatikan kebutuhan dan kepentingan stakeholders. CSR datang pada saat persepsi keberlanjutan jangka panjang bisnis lebih penting daripada keuntungan belaka. Hal ini sesuai dengan pandangan Iskandar dan Dian (2012) yang menemukan bahwa salah satu pendorong berkembangnya CSR adalah perubahan paradigma dalam dunia usaha yang tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga beretika dan berperan dalam membangun investasi sosial. Perusahaan sebagai entitas ekonomi tidak akan aman jika mengandalkan keuntungan yang tinggi untuk melaksanakan program CSR.

Perusahaan memberlakukan tanggung jawab sosial (CSR) dengan sebab perusahaan dapat memperoleh berbagai manfaat serta tujuan. Muljati (2012) mengungkapkan beberapa manfaat perusahaan menerapkan CSR yaitu :

1. Citra akan meningkat jika perusahaan menjalankan CSR, sebab dengan menerapkan CSR, masyarakat sekitar maupun konsumen dapat mengenal perusahaan yang telah melakukan praktik baik tersebut. Dengan demikian, kemungkinan besar konsumen dapat membeli barang atau jasa di dalam perusahaan. Artinya dengan pelaksanaan CSR perusahaan dapat menarik konsumen atau masyarakat.
2. Kerjasama perusahaan dengan pemaku kepentingan dapat dikembangkan, karena dalam melaksanakan kegiatan CSR, tentunya perusahaan tidak dapat melakukannya sendiri, mereka membutuhkan bantuan dari para pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah,

masyarakat dan perguruan tinggi setempat. Sehingga dengan melakukan kegiatan CSR, perusahaan dapat membuka hubungan yang baik dengan para pemangku kepentingan tersebut.

3. Membedakan Perusahaan dengan Pesaingnya, jika CSR dilakukan oleh perusahaan itu sendiri, maka perusahaan memiliki kesempatan untuk menonjolkan keunggulan komparatifnya di depan konsumen atau masyarakat untuk membedakan dirinya dari pesaing lainnya, pesaing menawarkan produk atau jasa yang sama.
4. Menciptakan inovasi dan belajar untuk meningkatkan dampak perusahaan.
5. CSR disesuaikan dengan kegiatan utama perusahaan yang membutuhkan kegiatan tersebut. Perencanaan CSR secara konsisten dan berkala dapat memicu inovasi dalam suatu perusahaan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan peran dan kedudukan perusahaan dalam percaturan global.
6. Membuka akses investasi dan keuangan bagi dunia usaha. Investor kini sadar akan pentingnya berinvestasi pada perusahaan yang telah menerapkan CSR. Selain itu, pihak sponsor seperti perbankan mengutamakan dukungan finansial bagi perusahaan yang melaksanakan CSR.
7. Menaikkan harga saham. Jika perusahaan secara rutin melaksanakan CSR sesuai dengan bisnis utama dan konsisten melakukannya, dunia usaha (investor, kreditur, dll), pemerintah, akademisi dan Konsumen

akan lebih mengenal perusahaan. Maka permintaan saham perusahaan akan meningkat dan harga penawaran perusahaan secara otomatis akan meningkat.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dengan cara yang menarik para pemegang saham perusahaan. Dengan laba yang tinggi dapat memberikan peluang yang jauh lebih besar bagi perusahaan dalam melakukan program CSR-nya. Oleh karena itu, derajat pengungkapan sosial disebabkan oleh pengembalian yang lebih tinggi di setiap periode (Purnasiwi, 2011). Leverage keuangan adalah rasio keuangan yang menekankan pada jumlah hutang yang dikeluarkan perusahaan, semakin tinggi leverage, semakin banyak hutang yang dimiliki perusahaan daripada ekuitasnya. Terjadinya peningkatan laba, kreditur dan kreditur sangat diuntungkan, sehingga laba perusahaan yang baik akan menentukan sebaliknya, yaitu negatif bagi pemegang saham, karena pemegang saham menganggap laba hanya menguntungkan kreditur (Rofika, 2015). Ukuran perusahaan adalah ukuran seberapa besar atau kecil perusahaan diidentifikasi secara nominal, seperti besarnya pendapatan dan kapitalisasi pasar dalam setiap laporan tahunan perusahaan. Penelitian oleh Pflieger et al. (2005) menyatakan bahwa perusahaan yang mengusahakan pelestarian lingkungan akan menghasilkan sejumlah manfaat, termasuk kepentingan pemegang saham dan *stakeholder* dalam keuntungan perusahaan karena pengelolaan lingkungan yang bertanggung jawab, menurut persepsi publik. Studi lain menunjukkan bahwa pengelolaan lingkungan yang baik dapat

menghindari keluhan publik dan pemerintah serta meningkatkan kualitas produk sehingga laba perusahaan akan meningkat.

Djakman dan Machmud (2008) mengatakan bahwa kepemilikan institusional adalah pemegang saham perusahaan, yang memiliki pengaruh besar di mana dia dapat mengambil keputusan atas perusahaan dan merupakan alat pengendalian manajemen. Kepemilikan manajerial merupakan pemegang saham yang bertindak sebagai pemilik investasi dalam manajemen perusahaan atau bagian dari keluarga perusahaan itu sendiri, yang secara aktif berpartisipasi dalam pemungutan suara dalam suatu perusahaan (Downes dan Goodman, 1999). Ukuran Dewan Komisaris adalah pengendalian manajemen internal tertinggi untuk memantau dan mengawasi keterbukaan informasi perusahaan. Penelitian Veronica dan Sumin (2011) menunjukkan bahwa ukuran dewan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sedangkan penelitian Nofandrilla (2008) menunjukkan bahwa ukuran dewan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR dan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Dengan menerapkan CSR, manajemen perusahaan diharapkan mengungkapkan CSR tentang kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Tujuan pengungkapan CSR adalah untuk mendapatkan keunggulan kompetitif atas bisnis lain, mematuhi persyaratan perjanjian pinjaman, memenuhi harapan masyarakat, dan melegitimasi kegiatan operasional perusahaan, dan menarik para pemegang saham (Deegan dan Blomquist, 2001; Hasnas, 1998; Sayekti dan Windabio, 2007) dalam Purnasiwi (2011). Dengan demikian, dapat disimpulkan

bahwa pengungkapan CSR merupakan hal yang paling penting untuk diungkapkan dan bermanfaat bagi pengguna informasi keuangan.

Penelitian ini merupakan pengembangan penelitian yang dilaksanakan oleh Ningsih, F. A., & Asyik, N. F (2020). Penelitian ini menambahkan variabel independen yaitu kinerja lingkungan. Dasar penambahan variabel pada penelitian ini adalah dapat menggunakan periode penelitian yang lebih lama agar penelitian dapat digeneralisasi dan mendapatkan data yang layak untuk memperluas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Perbedaan selanjutnya dalam penelitian ini yaitu objek penelitian, penelitian ini menggunakan perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sedangkan peneliti sebelumnya menggunakan perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia.

Perbedaan ketiga yaitu pada tahun penelitian yang dipilih, dimana penelitian sebelumnya dilakukan pada periode 2016-2018, sedangkan penelitian ini dilakukan pada periode 2016-2020. Pemilihan periode tersebut diharapkan penelitian ini mampu memberikan gambaran dan informasi yang lebih akurat dan relevan tentang tanggung jawab sosial pada perusahaan.

Bersamaan dengan penyertaan data terbaru, peneliti ingin mengetahui apakah pengungkapan *corporate social responsibility* dapat dipengaruhi oleh variabel terbaru dan apakah hasil dari penelitian ini memunculkan hasil yang baru atau konsisten dengan penelitian sebelumnya. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang

berjudul **“Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Struktur Kepemilikan, Kinerja Lingkungan dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020).**

1.2. Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka ruang lingkup penelitian ini yaitu :

1. Penelitian ini menggunakan variabel independen karakteristik perusahaan (X_1), struktur kepemilikan (X_2), kinerja lingkungan (X_3) dan ukuran dewan komisaris (X_4), serta variabel dependen pengungkapan *corporate social responsibility* (Y).
2. Objek penelitian dikonsentrasikan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Periode penelitian dilakukan selama 5 tahun berturut-turut 2016-2020.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Apakah karakteristik perusahaan yang diukur dengan profitabilitas, ukuran perusahaan (*size*), dan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?

2. Apakah struktur kepemilikan yang diukur dengan kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
3. Apakah kinerja lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
4. Apakah ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas maka tujuan dari penulisan ini adalah :

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh karakteristik perusahaan yang diukur dengan profitabilitas, ukuran perusahaan (*size*), dan *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh struktur kepemilikan yang diukur dengan kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
3. Untuk menguji secara empiris pengaruh kinerja lingkungan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
4. Untuk menguji secara empiris pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

1.5. Kegunaan penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesadaran perusahaan dalam menerapkan CSR demi kemajuan perusahaannya sendiri sehingga perusahaan dapat bertahan lama dan berkelanjutan (*sustainable*).

2. Bagi investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait dengan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk para investor yang ingin berinvestasi pada perusahaan tersebut.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan untuk peneliti-peneliti selanjutnya penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi tentang pengaruh karakteristik perusahaan, struktur kepemilikan, kinerja lingkungan dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

