

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

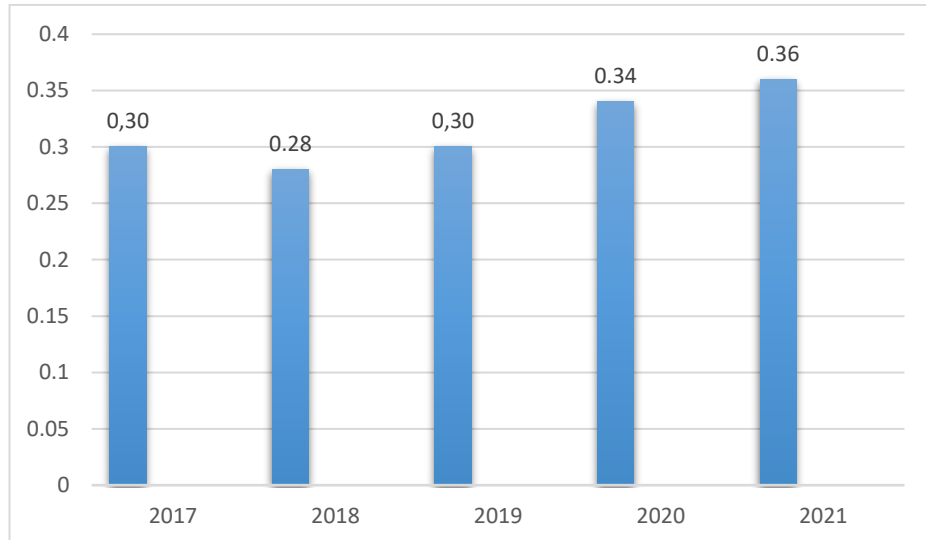
Tahun 2021 BEI resmi mengganti klasifikasi industri yang digunakan. Sebelumnya Bursa Efek Indonesia menggunakan Jakarta *Stock Industrial Classification* (JESICA) sebagai klasifikasi industri. Pada tanggal 25 Januari 2021 Bursa Efek Indonesia resmi mengganti klasifikasinya menjadi *IDX Industrial Classification* (IDX-IC) yang memiliki 12 sektor salah satu sektor tersebut adalah *Consumer Non-Cyclicals*. Sektor *consumer non-cyclicals* atau barang konsumen primer adalah sektor utama dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat, dimana permintaan barang dan jasa tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi. Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* menjadi urutan atas dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, sehingga perusahaan disektor ini memiliki modal yang cukup besar dan pasar yang luas.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap dampak yang timbul dari keputusan dan kegiatan perusahaan, dimana dampaknya dapat dirasakan oleh pihak terkait seperti masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Kegiatan CSR saat ini tidak hanya merupakan kewajiban perusahaan berdasarkan hukum pada Bab V Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) yang mengatur tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, dimana perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau yang terkait dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (Dewi dkk., 2020).

Menurut Daniri & Hakim (2009) menjelaskan bahwa konsep *single bottom line* saat ini dirasa kurang tepat sebagai bentuk komitmen pemenuhan kontribusi perusahaan dalam pembangunan bangsa. Konsep tersebut hanya berfokus pada kondisi keuangan perusahaan sebagai tolok ukur peningkatan nilai perusahaan (*Corporate Value*). Pedoman saat ini menggunakan *triple bottom line* yang meliputi ekonomi (*profit*), sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*) (Alhaddi, 2015). Pentingnya pengungkapan CSR didasarkan pada pemikiran bahwa perusahaan memiliki kewajiban tidak hanya untuk memperhatikan keadaan ekonomi dan pemilik modal, tetapi juga untuk mempertimbangkan kepentingan para *stakeholder*.

Pengungkapan CSR digunakan perusahaan untuk menciptakan pembangunan ekonomi berkelanjutan (*Sustainability Report*) dimana perusahaan tidak hanya memikirkan keuntungannya sendiri tetapi juga memikirkan dampak yang terjadi akibat dari kegiatan perusahaan baik dampak sosial maupun lingkungan (Susilo, 2015). Pengungkapan CSR juga digunakan untuk melaporkan isu-isu ekonomi, sosial dan lingkungan kepada *stakeholder* perusahaan dengan tujuan untuk menjaga hubungan baik perusahaan dengan *stakeholder*-nya agar *stakeholder* perusahaan tidak merasa khawatir terhadap keberlanjutan perusahaan dimasa yang akan datang. Dengan adanya pengungkapan CSR ini perusahaan dapat membangun reputasinya, seperti meningkatkan posisi *merk* perusahaan, bidang usaha, maupun meningkatkan citra perusahaan dimata publik. Keberlanjutan perusahaan dimasa datang akan lebih terjamin jika memperhatikan aspek sosial dan lingkungan. Perusahaan yang berdiri akan mempunyai tanggung jawab terhadap dampak positif dan negatif dari bisnis yang dijalankannya.

Gambar 1.1
Data pengungkapan CSR pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*
periode 2017-2021



Sumber : GRI G4, data telah diolah (2023)

Rata-rata pengungkapan CSR adalah 3%, artinya tingkat kemampuan perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial sebesar 3%. Gambar 1.1 menunjukkan bahwa pada tahun 2018 mengalami penurunan sebesar 0,28. Hal ini dapat dilihat bahwa perusahaan tersebut masih kurang di atas rata-rata, sehingga perusahaan kurang bisa melakukan program CSR dengan keterbatasan laba yang dihasilkan. Jika perusahaan dengan mengungkapkan CSR di atas rata-rata, maka perusahaan dapat memperbanyak program pengungkapan CSR, karena laba yang dihasilkan dapat digunakan untuk pendanaan program CSR tersebut.

Pengukuran pengungkapan CSR menggunakan indikator GRI G4. Dapat dilihat dari item-item apa saja yang diungkapkan pada laporan tahunan (*annual report*) atau *sustainability report* dari setiap perusahaan serta berapa banyak

pengungkapan CSR oleh perusahaan yang disesuaikan dengan data *Global Reporting Initiative G4* (GRI G4) tersebut.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya pengungkapan CSR. Faktor pertama yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah umur perusahaan. Umur sebuah perusahaan adalah kemampuannya dalam menghadapi tantangan dunia bisnis. Dengan kata lain, semakin lama suatu perusahaan menjalankan bisnisnya, semakin baik perusahaan dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang ketat dan dapat diterima dengan baik di masyarakat (Ratih, 2017). Perusahaan yang sudah lama berdiri bisa dikatakan memiliki berbagai banyak pengalaman. Semakin tua umur perusahaan maka semakin banyak pula informasi yang dimiliki masyarakat tentang perusahaan tersebut yang dapat menunjukkan bahwa perusahaan tersebut berdaya saing dan dapat memanfaatkan peluang bisnis yang ada (Mardiyanto, 2013).

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Muslih (2018) serta Pradana & Suzan (2016) menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Akan tetapi hasil penelitian dari Aprilliani & Kusumawati (2017) dan Munsaidah dkk (2016) menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Pradana & Suzan (2016) menunjukkan bahwa umur perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR karena perusahaan yang sudah lama didirikan mempunyai komitmen untuk melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Faktor kedua yaitu ukuran perusahaan (*Size*). Ukuran perusahaan (*Size*) merupakan bagaimana perusahaan menentukan tingkat kepercayaan kepada investor (Herawati, 2015). Ukuran perusahaan dapat menentukan besar kecilnya suatu perusahaan yang bisa dilihat dari total aktiva, jumlah tenaga kerja, dan tingkat penjualan. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka semakin luas pengungkapan informasi yang akan disajikan karena masyarakat akan mengawasi terkait hal yang dilakukan perusahaan dalam aktivitas perusahaan tersebut.

Penelitian Robiah & Erawati (2017) dan Nurhasanah (2017) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari dkk (2013) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Apriyanti & Yuliandhari (2018), Utari & Irawati (2019) dan Sekarwigati & Effendi (2019) juga menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Penjelasan dari hasil penelitian terdahulu terdapat beberapa hasil variabel yang tidak konsisten terkait dengan faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut. Penelitian ini mengembangkan penelitian yang dilakukan oleh Saputra dkk (2021) tentang pengaruh umur perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian ini memiliki perbedaan yang dilakukan oleh Saputra dkk (2021) yaitu pertama, menambah variabel profitabilitas dan kapitalisasi pasar.

Profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham. Tingkat profitabilitas yang tinggi menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi, sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan dan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan dengan lebih luas (Sari, 2012). Profitabilitas yang tinggi akan mendorong para manajer untuk memberikan informasi yang terperinci, salah satunya yaitu pengungkapan CSR, karena ingin meyakinkan investor terhadap perusahaan agar para investor berinvestasi di perusahaan tersebut (Santioso & Chandra, 2012). Gagasan tersebut didukung oleh penelitian Munsaidah dkk (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Kapitalisasi pasar merupakan harga dari keseluruhan saham yang beredar di pasar. Semakin tinggi harga saham, maka semakin banyak investor yang ingin bergabung sehingga manajemen akan mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih rinci (Rahayu & Rahayu, 2013). Gagasan tersebut didukung oleh penelitian Sufian & Zahan (2013) serta Indraswari & Mimba (2017) yang menyatakan bahwa kapitalisasi pasar berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Perbedaan kedua pada objek penelitian yang dilakukan Saputra dkk (2021) yaitu pada perusahaan manufaktur sub makanan dan minuman, sedangkan pada penelitian ini pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*. Periode yang dilakukan oleh Saputra dkk (2021) terdiri atas empat periode terhitung mulai dari tahun 2016-2019, sedangkan dalam penelitian ini menambah satu periode dari

tahun 2017-2021. Perbedaan selanjutnya pada program olah data yang digunakan Saputra dkk (2021) yaitu menggunakan SPSS, lain halnya pada penelitian ini program olah data yang digunakan yaitu SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan *software* PLS (*Partial Least Squares*).

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka judul yang akan diambil dalam penelitian ini yaitu **“PENGARUH UMUR PERUSAHAAN, UKURAN PERUSAHAAN (*SIZE*), PROFITABILITAS, DAN KAPITALISASI PASAR TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021)”**.

1.2 Ruang Lingkup

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* dan mengingat adanya keterbatasan waktu dalam melakukan penelitian, maka terdapat batasan permasalahan dalam penelitian ini agar lebih fokus dan terarah. Ruang lingkup pokok pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah umur perusahaan (X_1), ukuran perusahaan (*size*) (X_2), profitabilitas (X_3), dan kapitalisasi pasar (X_4) sebagai variabel eksogen, pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) (Y) sebagai variabel endogen.

2. Objek penelitian ini berfokus pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Periode penelitian ini selama lima tahun terhitung mulai dari 2017-2021.

1.3 Rumusan Masalah

Corporate Social Responsibility (CSR) disebut dengan tanggung jawab sosial merupakan tindakan suatu perusahaan sebagai bentuk kepedulian atau tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan atas dampak dari segala aktivitas perusahaan. Rofiqkoh & Priyadi (2016) menyatakan bahwa ketika perusahaan didirikan maka disitulah perusahaan melakukan suatu kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi. Perusahaan yang baik yaitu perusahaan tersebut tidak hanya mencari profit dan tidak hanya mempunyai kewajiban terhadap perusahaannya, tetapi setiap perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap lingkungan sekitar seperti lingkungan sosial dimana perusahaan itu didirikan dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan kelestarian lingkungan dengan cara menerapkan sistem CSR. Dengan menjalankan program CSR, diharapkan perusahaan berjalan dengan baik dan dapat menjaga eksistensinya serta mendapatkan keuntungan bagi perusahaan dimasa yang akan datang.

Berdasarkan fenomena menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* di Indonesia tahun 2017-2021 masih ada perusahaan yang kurang mengungkapkan CSR. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar 1.1 tahun 2018 yang mengalami penurunan sebesar 0,28

dibawah rata-rata pengungkapan CSR, artinya masih ada perusahaan yang belum sadar tentang pentingnya melakukan pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR sangat diperlukan karena dapat meningkatkan citra perusahaan, mengembangkan kerja sama dengan perusahaan lain, dan memperkuat brand *merk* perusahaan dimata masyarakat. Dengan melakukan pengungkapan CSR, maka perusahaan akan lebih baik dari perusahaan lain karena peduli dengan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial atas aktivitas operasi perusahaan. Rumusan penelitian ini dilakukan dari beberapa faktor yaitu umur perusahaan, ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas, dan kapitalisasi pasar terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang yang sudah dijabarkan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021. Faktor-faktor tersebut adalah umur perusahaan, ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas, dan kapitalisasi pasar yang akan dikaitkan dengan teori *stakeholder* dan teori sinyal. Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan yang melaksanakan CSR akan memperhatikan dampak dari aktivitas yang dilakukan perusahaan terhadap kondisi lingkungan dan sosial disekitar.

Pada teori sinyal informasi dapat terjadi ketika manajer atau pihak internal perusahaan mampu mendapatkan informasi lebih banyak dan lebih cepat dibandingkan dengan pihak eksternal. Untuk mengurangi adanya informasi,

perusahaan harus menyampaikan semua informasi yang ada kepada pihak eksternal baik itu informasi keuangan maupun non keuangan melalui laporan keuangan. Salah satu laporan yang wajib dimasukkan dalam laporan keuangan yaitu pengungkapan CSR. Teori *stakeholder* dan teori sinyal dalam penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh umur perusahaan, ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas, dan kapitalisasi pasar terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021.

1.5 Kegunaan Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan memiliki manfaat antara lain :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan kepada pembaca tentang umur perusahaan, ukuran perusahaan (*size*), profitabilitas, dan kapitalisasi pasar terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* di Indonesia.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Perusahaan

Diharapkan dari penelitian ini dapat membantu kontribusi pemikiran mengenai pentingnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) serta pentingnya kewajiban untuk menjaga lingkungan dan dampak sosial yang ditimbulkan oleh perusahaan.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk para peneliti selanjutnya dengan tema yang sama dan juga dapat digunakan sebagai wawasan bagi pengembangan penelitian *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial selanjutnya.

