

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Konsep awal adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah adanya ketidakpercayaan masyarakat pada perusahaan, baik perseroan terbatas maupun kegiatan usaha yang berbadan hukum dan yang tidak berbadan hukum. Dalam undang-undang Perseroan Terbatas No.40 tahun 2007 pasal 1 ayat 3, *Corporate social Responsibility* (CSR) adalah 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. Istilah CSR sudah ada sejak tahun 1970an dan semakin terkenal melalui karya John Elkington "*Cannibals with Forks : The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998)". Dalam karya tersebut, Elkington (1998) mengemas CSR ke dalam *triple bottom lines* yang terdiri dari *profit*, *people* dan *planet*. *Triple bottom line* merupakan konsep pengukuran kinerja suatu usaha dengan memikirkan secara keseluruhan dan memperhatikan segala aspek yang dapat memengaruhi ukuran kinerja ekonomis berupa perolehan profit, ukuran kepedulian sosial, dan pelestarian lingkungan (*People-Planet-Profit*) (Nayenggita *et al.* 2019).

Ernawan (2016) menyebutkan bahwa konsep CSR dalam bentuk piramida dengan 4 (empat) bagian tanggung jawab yang harus dipertimbangkan secara berkelanjutan yaitu ekonomi, hukum, etika dan berperikemanusiaan. Penjelasan lebih lanjutnya tentang piramida tanggung jawab yaitu: 1)

Pertanggungjawaban ekonomi yang merupakan menjadi dasar dan pedoman dalam peran utama bisnis; 2) Pertanggungjawaban secara legal atau biasa disebut sebagai pertanggung jawaban moral; 3) Pertanggungjawaban etika atau etis merupakan pertanggung jawaban sosial yang harus tergambar dari tingkah laku etis dari korporasi; 4) Pertanggungjawaban berperikemanusiaan/filantropis merupakan peran aktif korporasi dalam memajukan kesejahteraan manusia (Hidayah *et al.* 2020).

Konsep CSR melibatkan tanggungjawab kemitraan antara perusahaan, pemerintah dan komunitas masyarakat setempat yang bersifat aktif dan dinamis. Dengan ini CSR merupakan komitmen usaha dengan bertindak etis, legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan dan keluarga, serta berbagai lapis komunitas. Perusahaan yang menjalankan program CSR akan diberikan keuntungan yaitu strategi bisnis yang inheren atau melekat untuk menjaga dan meningkatkan daya saing perusahaan lewat reputasi dan kesetiaan merek produk (loyalitas) dan citra perusahaan. Dalam menjalankan tanggungjawab sosial, pelaku bisnis akan memfokuskan kegiatan pada tiga hal, yakni ekonomi, sosial dan lingkungan sebagai kegiatan yang berkesinambungan dan salah satu cara untuk menjaga krisis dengan peningkatan reputasi atau *image* (Nayenggita *et al.* 2019).

Landasan filosofi CSR merupakan etis atau moral dari perbuatan yang dilakukan oleh perusahaan dan dirumuskan menjadi undang-undang yang diimplementasikan oleh korporasi. Hal ini dapat dilihat dan dicermati dari eksistensi yang ada akan menimbulkan efek. Efek yang muncul diklasifikasikan menjadi dua, yaitu efek yang buruk dan efek yang baik. Inti sari dari CSR adalah

nilai keseimbangan, kewajiban, kejujuran dan komitmen korporasi dalam beroperasi. Menjaga kawasan ekosistem dari gangguan menjaga keberlanjutan aspek hayati dan sosial dari efek buruk yang diakibatkan oleh kegiatan produksi perusahaan. Namun ada beberapa kasus perusahaan mengabaikan dampak buruk yang terjadi pada lingkungan sekitar perusahaan atas produksi yang dilakukan perusahaan. Berikut tabel yang menampilkan kasus pencemaran lingkungan oleh perusahaan tahun 2020 :

**Tabel 1.1**  
**Rata-Rata Total Pengungkapan GRI G4 Pada Sampel**

| Keterangan | Item GRI-G4 diungkapkan | Total Item GRI-G4 | Persentase |
|------------|-------------------------|-------------------|------------|
| 2021       | 72                      | 91                | 79,12%     |
| 2022       | 64                      | 91                | 70,32%     |

Sumber: olah data peneliti (2024)

Bersumber dari tabel 1.1. dapat diketahui bahwa keseluruhan perusahaan yang terpilih menjadi sampel tidak mengungkapkan CSR GRI-G4 sesuai dengan standar yang telah ditetapkan yakni 91 item. Pada tahun 2021 rata-rata perusahaan yang terdaftar di BEI hanya mengungkapkan 72 item dengan total persentase 79,12%. Pada tahun 2022 rata-rata item yang diungkapkan sebesar 64 dengan persentase 70,32%. Hal tersebut mengindikasikan adanya penurunan pengungkapan item CSR dengan standar GRI-G4. CSR berperan menjadi bagian suatu kebijakan bisnis, yang mana bisnis bukan hanya tentang mencari laba tetapi juga sebagai institusi pembelajaran. CSR dalam ini, suatu bisnis harus menunjukkan suatu kepedulian terhadap keseimbangan pembangunan berkelanjutan antara sektor ekonomi maupun sektor lingkungan. Crowther (2010)

mengidentifikasi kegiatan CSR kedalam tiga prinsip utama yaitu : Pertama, *sustainability* (keberlanjutan) yang meliputi tentang tujuh isu strategi (Pertumbuhan yang berkelanjutan, Merubah kualitas pertumbuhan, Pemenuhan kebutuhan yang esensi, Pemeliharaan dan peningkatan basis sumber daya, Orientasi teknologi, Mampu mengatur risiko dan Menggabungkan ekonomi dengan lingkungan dalam pengambilan keputusan). Kedua, *accountability* (pertanggung jawaban) yaitu mengkuantifikasikan segala akibat yang ditimbulkan atas tindakan apa saja yang dilakukan oleh internal maupun eksternal organisasi atau perusahaan. Ketiga, *transparency* (keterbukaan) (Nayenggita *et al.* 2019).

Menurut Kotler dan Nance (2005), pelaksanaan CSR di negara-negara maju, terutama Amerika Serikat lebih banyak didorong oleh kesadaran sukarela (*Voluntary driven*). Kotler dalam hal ini menitikberatkan pada elemen kunci *discretionary*, artinya korporasi melakukan CSR bukan karena peraturan undang-undang atau berdasar moral dan etika, tetapi lebih ke komitmen sukarela dalam memilih dan mengimplementasikan praktik CSR (Nayenggita *et al.* 2019). Solihin (2008) menyatakan bahwa perkembangan CSR di Indonesia menurut pelaksanaanya dibedakan menjadi dua prespektif yang berbeda. Pertama, *discretionary business practice* yaitu pelaksanaan CSR merupakan praktik bisnis secara sukarela dan berasal dari inisiatif perusahaan sendiri bukan berdasarkan tuntutan undang-undang yang berlaku. Kedua, pelaksanaan CSR bukan lagi berdasarkan sifat sukarela tetapi perusahaan terikat peraturan undang-undang dalam aktivitas pelaksanaan CSR (bersifat *mandatory*) (Bahy & Wibisono, 2015).

Pelaksanaan CSR di Indonesia diatur oleh beberapa undang-undang yaitu Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas, Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang penanaman modal, PP No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas Pasal 4 serta Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-5/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, khusus untuk perusahaan-perusahaan BUMN. Setiap kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan akan dilaporkan untuk melihat dampak yang dihasilkan baik secara ekonomi, sosial dan lingkungan. Setiap aktivitas yang dilakukan harus dilaporkan kepada *stakeholder* perusahaan sebagai bukti pertanggungjawaban manajemen. Laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan yang sudah terdaftar di BEI dapat dilihat pada laporan tahunan perusahaan.

Faktor pertama yang mempengaruhi luas pengungkapan *corporate social responsibility* adalah ukuran dewan komisaris. Ukuran dewan komisaris merupakan proporsi jumlah anggota dewan komisaris di perusahaan. Penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yang telah dilakukan oleh Sektiyani & Ghozali (2019) dan Putri & Gunawan (2019) menyatakan hubungan yang positif dan berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR.

Faktor kedua, yaitu jumlah rapat dewan komisaris. Jumlah rapat dewan komisaris merupakan media komunikasi untuk mengevaluasi keefektifan peran pengawasan atas proses pelaporan keuangan dan pengendalian internal yang dilaksanakan minimal satu kali dalam dua bulan (PJOK No. 33/PJOK.04/2014).

Menurut Porter (1993) Pengadaan rapat yang teratur dan terstruktur dapat membantu dewan komisaris dalam mengawasi dan dapat lebih mengkritik dalam hubungannya dengan kebijakan yang dilakukan oleh manajemen (Hasanah *et al.* 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Sektiyani & Ghozali (2019) dan Suprijani & Patrisia (2020), menyimpulkan bahwa jumlah rapat dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi luas pengungkapan CSR adalah dewan komisaris independen. Dewan komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang ditunjuk dari luar perusahaan serta telah memenuhi syarat sebagai dewan komisaris independen sesuai peraturan PJOK No.33/PJOK.04/2014 pasal 21 ayat 2 yang bertugas sebagai pengawas manajemen atas pelaksanaan pengelolaan dan bertanggung jawab dalam pengembangan dan penyelenggaraan pengendalian internal. Hasil penelitian yang dilakukan Sektiyani & Ghozali (2019), Suprijani & Patrisia (2020) dan Ratmono *et al.* (2021) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Jumlah wanita di dewan komisaris merupakan faktor keempat yang mempengaruhi luas pengungkapan CSR. Jumlah wanita di dewan komisaris merupakan menghitung jumlah perbandingan atau pengelompokan anggota dewan komisaris menurut jenis kelaminnya. Menurut penelitian yang dilakukan Sektiyani *et al.* & Ghozali (2019), Hasanah *et al.* (2019) dan Rahma & Aldi (2020), jumlah wanita di dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan kegiatan sosial perusahaan atau CSR.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu menunjukkan beberapa hasil yang inkonsisten sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor yang mampu mempengaruhi luas pengungkapan CSR. Penelitian ini mereplikasi penelitian yang telah dilakukan oleh Sektiyani & Ghozali (2019). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Sektiyani & Ghozali (2019) yaitu adanya penambahan variabel independen dan perbedaan pada periode penelitian. Variabel Sektiyani & Ghozali (2019) yaitu menggunakan karakteristik dewan komisaris dan pada penelitian ini ditambahkan dengan variabel manajemen laba.

Penambahan variabel manajemen laba dikarenakan adanya pemisahan tugas antara pihak prinsipal dan manajemen perusahaan sebagai agen. Pemisahan tugas ini menimbulkan adanya perbedaan kepentingan diantara prinsipal yang mengharapkan keuntungan secara menyeluruh untuk perusahaan dengan manajemen yang lebih mementingkan keuntungan pribadi. Pemisahan tugas tersebut mengakibatkan adanya biaya agensi, antara lain *bonding cost* merupakan biaya yang dikeluarkan manajemen untuk membangun citra yang sesuai dengan tujuan dan kepentingan yang selaras dengan pihak *stakeholder*. Manajemen berusaha menciptakan hubungan yang selaras dengan *stakeholder* dengan melakukan CSR dengan menyajikan laporan yang berkualitas untuk *stakeholder*, salah satunya dengan praktik *earning aggressiveness* yaitu meningkatkan laba perusahaan untuk menciptakan kesan kinerja yang baik. *Corporate social responsibility* merupakan upaya pertanggungjawaban dan bentuk investasi akan masa depan perusahaan serta upaya untuk menutupi manajemen laba yang dilakukan manajemen. Penyajian laporan yang dapat memuaskan stakeholder dapat

menciptakan hubungan timbal balik yang menguntungkan serta mendapatkan kepercayaan dan dukungan stakeholder terhadap perusahaan (Utpala & Adiwibowo, 2021). Menurut penelitian Mahesti & Zulaikha (2019), Musa *et al.* (2020) dan Chen & Hung (2020) manajemen laba berpengaruh positif secara signifikan terhadap luas pengungkapan CSR.

Perbedaan yang kedua yaitu penelitian sebelumnya hanya menggunakan satu periode *annual report* perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2017, tetapi penelitian ini menggunakan dua periode *annual report* tahun terbaru yaitu 2021-2022. Alasan penambahan ini dikarenakan penelitian akan lebih relevan dan mencerminkan kondisi terkini dari objek yang diteliti. Hal ini penting untuk memastikan bahwa temuan dan kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian masih berlaku dan sesuai dengan situasi saat ini.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka penelitian ini mengambil judul “**Pengaruh Karakteristik Dewan Komisaris dan Manajemen Laba Terhadap Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris Seluruh Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2021-2022)**”.

## 1.2 Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dibutuhkan ruang lingkup dalam membatasi permasalahan yang akan dibahas yaitu:

1. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah karakteristik dewan komisaris (ukuran dewan komisaris, jumlah rapat dewan komisaris, komisaris independen, jumlah wanita di dewan komisaris) dan manajemen

laba. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah luas *corporate social responsibility* (CSR).

2. Objek dalam penelitian ini diambil dari data seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Periode bahan penelitian yang digunakan hanya laporan pada tahun 2021-2022.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, masih banyak perusahaan di Indonesia yang terikat oleh hukum dalam pelaksanaan CSR. Pelaksanaan CSR di Indonesia menurut Solihin (2008) dibedakan menjadi dua perspektif yang berbeda. Berdasarkan pada tabel 1.1. diketahui bahwa rata-rata luas pengungkapan CSR dengan standar GRI-G4 pada perusahaan yang terdaftar di BEI belum mencapai standar 91 item pengungkapan. Perusahaan terdaftar pada tahun 2021 jumlah maksimal yang diungkapkan hanya 88 item dan 78 item tertinggi untuk tahun 2022.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang dan permasalahan yang diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh antara variabel ukuran dewan komisaris, jumlah rapat dewan komisaris, komisaris independen, jumlah wanita pada dewan komisaris dan manajemen laba terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada semua pihak yang berkepentingan. Manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

### 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini memberikan informasi serta sebagai bahan referensi untuk mengetahui variabel independen yang berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR pada seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2021-2022. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat dalam perkembangan pendidikan khususnya ilmu akuntansi.

### 2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak yang menggunakan informasi ini, seperti:

#### a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan untuk mengungkapkan item pelaporan CSR lebih banyak dalam *annual report*.

#### b. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai laporan kegiatan sosial perusahaan sehingga dapat dijadikan pedoman dalam pembuatan keputusan investasi.

#### c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi mengenai seluruh kegiatan sosial perusahaan yang telah dilaksanakan dan dapat menjadi bahan perbandingan antara apa yang sudah diungkapkan perusahaan dengan yang sudah terealisasi di lingkungan sekitar.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat diharapkan mampu menjadi tambahan referensi dalam bahan penelitian terhadap pengaruh ukuran dewan komisaris, jumlah rapat dewan komisaris, komisaris independen, jumlah wanita di dewan komisaris dan manajemen laba pada luas pengungkapan CSR.

