

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Di era masa kini, gerakan dalam menjaga dan melindungi kelestarian lingkungan adalah tanggung jawab yang wajib dilakukan bagi setiap perusahaan. Perusahaan yang menggunakan sumber daya alam dan perusahaan yang memiliki sisa hasil produksi yang dapat mengganggu lingkungan dan masyarakat sekitar. Tanggung jawab perusahaan dapat juga dilakukan dengan menyediakan informasi dalam laporan tahunan perusahaan secara transparan mengenai sejauh mana aktivitas yang telah dilakukan perusahaan. Aktivitas tersebut dapat meliputi kegiatan terkait dengan lingkungan, sosial bagi masyarakat, serta hak yang didapat oleh masyarakat sekitar supaya terpenuhi (Chanifah et al., 2019).

Dalam riset yang dilakukan oleh *Riset Centre for Governance, Institutions, and Organizations National University of Singapore* melakukan studi dengan menggunakan 100 perusahaan di empat negara ASEAN yaitu Indonesia, Singapura, Malaysia, dan Thailand pada tahun 2016. Hasil dari ke empat negara menunjukkan tingkat pelaporan CSR yang cukup tinggi, namun kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan tersebut jauh lebih baik dilakukan di negara Singapura dan Thailand dibandingkan dengan Malaysia dan Indonesia. Penilaian yang dihasilkan dari empat negara tersebut dengan hasil kualitas CSR paling tinggi diraih oleh Thailand pada nilai 56,8 dari nilai 100, lalu Singapura dengan 48,8, Indonesia dengan 48,4 dan Malaysia 47,7 (asean-sr-network.org, 2016)

Corporate Social Responsibility atau laporan berkelanjutan yang dibuat sebagai wujud dedikasi dan tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat dan bagi investor laporan yang disajikan diharapkan dapat memberikan respon positif sebagai penguat landasan bahwa perusahaan akan terus berkelanjutan di masa yang

Ninnu Rachim, 2021

PENGARUH MEDIA EXPOSURE, KINERJA KEUANGAN, DAN TAX AVOIDANCE TERHADAP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY,
UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Sarjana Akuntansi
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

akan datang. Pengungkapan CSR sesuai dengan yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 pasal 74 merupakan kewajiban bagi perusahaan yang menjalankan usahanya dibidang sumber daya alam atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial tetapi pada kenyataan dilapangan CSR masih dilakukan sebagai aktivitas sukarela atau *voluntary disclosure*.

Terkait dengan pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan khususnya di negara Indonesia, pemerintah telah mengatur kewajiban perusahaan atas tanggung jawab sosial dan lingkungannya yang terdapat didalam UU RI Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, dalam undang-undang disebutkan bahwa ayat (1) perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial, ayat (2) kewajiban perseroan atas tanggung jawab sosial dan lingkungan dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan dan dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran, ayat (3) jika perseroan tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana pada ayat (1) akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Dalam PP RI Nomor 47 Tahun 2012 Pasal 2 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas dinyatakan bahwa setiap perusahaan yang merupakan subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial. Hal didasari bahwa perseroan sebagai wujud kegiatan manusia dalam bidang usaha, mempunyai komitmen untuk bertanggung jawab atas terciptanya hubungan perseroan yang serasi dan seimbang dengan lingkungan dan masyarakat setempat.

Kasus pencemaran lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan dapat merugikan lingkungan dan masyarakat sekitar. Misalnya kasus Pertamina yang menyebabkan tumpahan minyak mentah di pesisir laut daerah Karawang. Adanya kebocoran pipa minyak menyebabkan biota laut dan tanaman laut mati, dan berpotensi menyebabkan abrasi (Tempo, 2019). Wahana lingkungan hidup (Walhi) menyatakan tercemarnya lima sungai besar dan 95 anak sungai di Kabupaten Sarolangun, Jambi yang diduga akibat adanya aktivitas pertambangan yang

dilakukan oleh PT Antam. Lalu pembuatan jalan yang dilakukan juga memotong 15 anak sungai mempengaruhi kurangnya debit air yang digunakan oleh masyarakat. Saat aktivitas perusahaan di hulu sungai berdampak munculnya berbagai penyakit pernapasan, diare, alergi pada kulit, minimata atau sindrom kelainan fungsi saraf dikarenakan keracunan air raksa (Merdeka, 2016).

Semakin berkembangnya teknologi saat ini dapat memudahkan untuk digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan publik melalui pengungkapan aktivitas sosial dan lingkungan secara transparan. Oleh karena itu, *media exposure* diharapkan akan memberikan informasi kepada pihak eksternal sehingga perusahaan dapat menerima kepercayaan publik dan dapat meningkatkan citra perusahaan. *Media Exposure* dapat berpengaruh positif dengan menunjukkan aktivitas yang dilakukan perusahaan serta transparansi dalam pertanggungjawaban lingkungan, sosial, ekonomi dan memperhatikan masyarakat sekitar (Mashuri & Ermaya, 2020). Hal yang berbeda ditemukan oleh (Rahayu & Anisyukurlillah, 2015) yang menemukan bahwa penggunaan media terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial tidak memiliki pengaruh dikarenakan informasi yang disajikan pada laporan tahunan yang diterbitkan pada *website* resmi perusahaan akan memberikan citra buruk jika tidak sesuai. Menurut (Widiastuti et al., 2018) bahwa *media exposure* terhadap pengungkapan CSR tidak berpengaruh sehingga tidak mampu melegitimasi karena sedikitnya publikasi pada media dalam setahun terkait kegiatan CSR.

Dalam pengungkapan informasi, biasanya indikator utama yang dilihat oleh pencari informasi dalam kegiatan perusahaan yaitu laba yang diperoleh perusahaan. Laba perusahaan merupakan indikator utama pada kinerja keuangan yang dilakukan perusahaan. Namun pada saat ini dalam penyajian laporan tahunan tidak hanya melakukan pengungkapan laba dari hasil aktivitas bisnis tetapi juga laporan kegiatan sosial atau CSR yang dilakukan sebagai wujud kewajiban perusahaan. Penelitian yang dilakukan (Lestari & Lelyta, 2019) menunjukkan bahwa semakin baik perusahaan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* maka semakin meningkat performa pada kinerja keuangan perusahaan yang dievaluasi

dengan menggunakan *Return on Asset* (ROA) dan *Return on Investment Capital* (ROIC), dalam hal ini disebabkan karena beberapa aktivitas dalam CSR dapat membantu perusahaan dalam memperoleh laba. Sebaliknya (Ermaya & Mashuri, 2018) melakukan penelitian dengan menguji pengaruh kinerja keuangan terhadap *Corporate Social Responsibility* dengan hasil yaitu, tidak adanya korelasi diantara pengungkapan informasi kinerja lingkungan dengan kinerja keuangan dikarenakan hasil pada sampel yang diperoleh memiliki hasil negatif pada *Return on Equity* (ROE).

Variabel lain yang dapat mempengaruhi perusahaan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yaitu upaya perusahaan untuk mengurangi pajak yang dikenal dengan istilah *Tax Avoidance*. Penelitian (Mashuri & Ermaya, 2020) menyatakan jika agresivitas pajak yang dilakukan cukup tinggi maka perusahaan cenderung mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* yang lebih besar karena kehilangan kepercayaan akibat agresivitas pajak. Pada penelitian (Wardhani & Muid, 2017) agresivitas pajak berhubungan signifikan positif terhadap pengungkapan CSR, semakin besar agresivitas pajak perusahaan akan berbanding lurus dengan tingginya tingkat pengungkapan pertanggung jawaban sosial.

Sebaliknya dalam penelitian (Ramadhan & Amrin, 2019) menyatakan bahwa agresivitas tidak memiliki pengaruh terhadap CSR disclosure karena *stakeholder* tidak melihat agresivitas pajak sebagai hal utama dalam melakukan investasi. Sedangkan (Sinaga, 2020) secara parsial agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR karena *effective tax rate* belum secara jelas menunjukkan kepada masyarakat atas penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan

Berdasarkan fenomena dan penjelasan konteks diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali terkait dengan judul Pengaruh *Media Exposure*, Kinerja Keuangan, dan *Tax Avoidance* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan dari latar belakang sesuai dengan penjabaran di atas, dapat dirumuskan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *media exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
2. Apakah kinerja keuangan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
3. Apakah *tax avoidance* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?

I.3 Tujuan Penelitian

Maka dapat disimpulkan dari perumusan masalah yang telah disusun, tujuan yang dapat disusun dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Media Exposure* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
2. Untuk mengetahui pengaruh tingkat Kinerja Keuangan terhadap *Corporate Social Responsibility*
3. Untuk mengetahui pengaruh *Tax Avoidance* terhadap *Corporate Social Responsibility*

I.4 Manfaat Hasil Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya terkait dengan *Media Exposure*, kinerja keuangan dan *Tax Avoidance* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dan dapat membantu dalam mengembangkan ilmu dibidang akuntansi.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Akademisi

Dapat menjadi bahan referensi untuk pembahasan atau diskusi terkait dengan *Media Exposure*, Kinerja Keuangan, dan *Tax Avoidance* terhadap Pengungkapan CSR.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dorongan bagi perusahaan melakukan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan. Sebagai masukan dalam pengambilan keputusan atas pertanggungjawaban sosial dan lingkungan.

3. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan akan dapat menjadi pedoman dalam membuat kebijakan serta standar yang akan ditetapkan untuk mengatur pelaksanaan dan pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan.

4. Bagi Masyarakat

Sebagai informasi bagi masyarakat atas pertanggungjawaban lingkungan dan sosial yang dilakukan oleh perusahaan.