

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pada saat ini pertumbuhan bisnis telah berkembang dengan sangat pesat dan tuntutan terhadap perusahaan pun semakin besar. Menurut Freeman & Reed (1983) perusahaan tidak hanya dituntut untuk mengejar keuntungan atau profit yang maksimal, perusahaan juga patut untuk memerhatikan tingkat kesejahteraan masyarakat dan juga ikut serta berkontribusi dalam menjaga lingkungan. Perusahaan juga mempunyai tanggung jawab kepada para pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal (Mahesti & Zulaikha, 2019). Para pemangku kepentingan ini antara lain *shareholder*, pemasok, kreditur, masyarakat dan juga lingkungan. Pada perusahaan-perusahaan yang memanfaatkan sumber daya alam dalam operasionalnya, seringkali mengabaikan tanggung jawabnya untuk mengurangi dampak yang terjadi atas aktivitas ekonomi perusahaan atau eksploitasi yang dilakukan perusahaan dimana aktivitas tersebut dapat menyebabkan kerusakan lingkungan. Contoh dampak tersebut misalnya penurunan kualitas dan rusaknya terumbu karang, penggundulan hutan, polusi udara, pencemaran air, permasalahan tenaga kerja, keamanan produk, dan masih banyak lagi (Sihombing *et al.*, 2020; Sukasih & Sugiyanto, 2017). Hal ini menjadikan fokus pandangan masyarakat terkait peranan perusahaan pada tanggung jawabnya di bidang lingkungan. Oleh karena itu, menurut Anggita *et al.* (2019) perusahaan saat ini sangat diharapkan memerhatikan sosial dan lingkungan perusahaan, tidak hanya memerhatikan keuangan semata.

Menurut Suryadewi & Rasmini (2018) tanggung jawab suatu perusahaan terkait masyarakat sekitarnya maupun lingkungan perusahaannya, baik terkait secara langsung maupun tidak terkait langsung dengan perusahaan yang dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Tanggung jawab sosial ini merupakan dasar penilaian kinerja suatu perusahaan di beberapa negara, dilihat dari *annual report* perusahaan terkait informasi *corporate social responsibility*. Pada dasarnya, sumber acuan pokok bagi para *investor* adalah laporan keuangan (Yasin, 2020). Menurut Anggita *et al.* (2019); Oktavila & NR (2019) pelaksanaan

corporate social responsibility yang pada awalnya dianggap sebagai beban atau kewajiban perusahaan, namun kini perusahaan sudah semakin peduli dengan kegiatan *corporate social responsibility* karena perusahaan akan mendapatkan keuntungan atau manfaat tertentu di masa mendatang. Kegiatan *corporate social responsibility* juga digunakan untuk menciptakan pembangunan ekonomi berkelanjutan yang mana perusahaan tidak hanya mempertimbangkan keuntungannya sendiri tetapi juga dampak dari kegiatannya, baik dampak sosial maupun lingkungan (Oktavila & NR, 2019). Menurut Kotler & Lee (2005) perusahaan yang telah mempraktekkan dan mengungkapkan CSR akan memperoleh banyak keuntungan seperti peningkatan *sales* dan pangsa pasar, memperkuat nama merek perusahaan, meningkatkan nama baik dan pengaruh perusahaan, menurunkan beban operasi serta menarik para *investor* dan analis keuangan.

Pengungkapan *corporate social responsibility* adalah penyampaian informasi mengenai kegiatan sosial perusahaan yang diharapkan dapat memengaruhi opini publik dan memengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Informasi-informasi yang diberikan kepada publik atau masyarakat secara terbuka bagi perusahaan publik merupakan hal yang mendasar yang digunakan sebagai pertimbangan pengambilan keputusan (Kardiyanti & Dwirandra, 2020). Menurut Oktavila & NR (2019) *corporate social responsibility disclosure* juga digunakan perusahaan sebagai alat pelaporan perusahaan untuk menjaga hubungan dengan *stakeholder* terkait dengan masalah ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan agar para *stakeholder* tidak perlu mencemaskan terkait *going concern* perusahaan.

Di Indonesia sendiri pemerintah telah membuat peraturan terkait pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, yang pertama adalah Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Perusahaan pada Pasal 66 ayat (2) poin C, dinyatakan bahwa perusahaan wajib melaporkan tanggung jawab sosial dan lingkungan selain laporan keuangan. Pada Pasal 74 ayat (1) yang dijelaskan bahwa perusahaan yang terlibat atau terkait dengan sumber daya alam harus menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Peraturan kewajiban tersebut dipertegas kembali bahwa setiap perusahaan yang merupakan subjek

hukum di Indonesia bertanggung jawab atas masalah sosial dan lingkungan, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Pasal 2.

Sebuah riset dari National University of Singapore Business School pada bagian Centre for Governance, Institutions, and Organizations pada tahun 2016 memaparkan tingkat pemahaman perusahaan di empat negara terhadap praktik CSR. Indonesia menempati posisi ketiga dengan nilai 48,4 setelah Singapura dengan nilai 48,8, Malaysia di posisi terakhir dengan nilai 47,7 dan Thailand berada di posisi pertama dengan nilai 56,8. Riset ini dilakukan di empat negara yaitu Indonesia, Malaysia, Singapura dan Thailand (Suastha, 2016).

Rendahnya pemahaman perusahaan di Indonesia terkait praktik *corporate social responsibility* dapat terlihat dari masih banyaknya kasus yang terjadi belakangan ini, seperti yang terjadi di daerah Pasaman Barat, menurut Bapak Syafnir selaku Kepala Bagian Perekonomian Sekda Pasaman Barat menyatakan bahwa terdapat 21 perusahaan kelapa sawit dan perbankan yang tidak merealisasikan dana *corporate social responsibility* tahun 2018 (Maulana & Lestari, 2019). Di daerah Kabupaten Sorong, Papua Barat masyarakat melakukan aksi atas penolakan aktivitas operasional perusahaan perkebunan yang sudah menyuarkan dan mendesak pemerintah semenjak sembilan tahun yang lalu karena adanya dampak buruk dari perkebunan sawit dan mengabaikan hak-hak masyarakat adat Moi (Yewen & Elisabet, 2020).

Kasus pencemaran lingkungan di sungai Citarum yang melibatkan dua perusahaan, yaitu PT How Are You Indonesia dan PT Kamarga Kurnia Textile Industri yang keduanya ditemukan mencemari lingkungan Daerah Aliran Sungai (DAS) sungai Citarum (Arumingtyas, 2020). Terakhir, adalah pencemaran lingkungan yang terjadi di Aceh pada bulan April 2021 yang menyebabkan puluhan masyarakat harus dilarikan ke rumah sakit yang diduga akibat menghirup udara yang tercemar gas beracun, yang disebabkan oleh aktivitas perusahaan PT Medco E&P (Fatmawati, 2021).

Pemerintah telah melakukan berbagai macam upaya untuk meningkatkan aktivitas tanggungjawab sosial perusahaan di Indonesia, salah satunya melalui Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan dengan menyelenggarakan PROPER (Penilaian Peringkat Kinerja Penataan dalam Pengelolaan Lingkungan)

yang mempunyai tujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam hal pengelolaan lingkungan sebagaimana telah diatur oleh peraturan perundang-undangan. Perusahaan yang sudah melaksanakan pengelolaan lingkungannya dengan baik, maka semakin luas informasi yang diberikan perusahaan dalam pengungkapan tanggung jawab sosialnya (Arikarsita & Wirakusuma, 2020; Asmeri *et al.*, 2017; Khoiriyah & Wirawan, 2021; Rahmasari, 2020; Sukasih & Sugiyanto, 2017). Berkaitan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, beberapa peneliti telah melakukan penelitian ini dengan hasil yang berbeda-beda. Penelitian yang dilakukan oleh Arikarsita & Wirakusuma (2020); Asmeri *et al.* (2017); Khoiriyah & Wirawan (2021); Lu & Wang (2021); Rahmasari (2020); Ramadhan & Amrin (2019); Tandirerung *et al.* (2019), menemukan bahwa kinerja lingkungan dapat memengaruhi *corporate social responsibility disclosure*. Namun, pada hasil penelitian Manurung *et al.* (2017); Sukasih & Sugiyanto (2017), memperoleh hasil berbeda dimana tidak adanya pengaruh kinerja lingkungan dengan *corporate social responsibility disclosure*.

Praktik CSR juga digunakan perusahaan sebagai kebijakan perusahaan untuk menutupi adanya aktivitas manajemen laba yang dilakukan manajer perusahaan (Kusumawati & Nurharjanti, 2019). Manajemen laba menurut Mahesti & Zulaikha (2019) adalah suatu tindakan manajer yang berlawanan dari etika dan moral, karena dapat membuat keliru para *stakeholder* dalam pengambilan keputusannya yang berdasarkan pada laba yang dilaporkan manajer. Menurut Prior *et al.* (2008) manajer tetap dapat melakukan kebebasannya dalam mengelola laba tanpa adanya pelanggaran terkait prinsip akuntansi yang berlaku umum, sehingga hal ini dapat menyebabkan pendapatan atau laba yang dilaporkan manajer akan tampak lebih kecil atau lebih besar dari yang seharusnya. Peneliti Almahrog *et al.* (2018); Kusumawati & Nurharjanti (2019); Mahesti & Zulaikha (2019) menemukan adanya pengaruh hubungan manajemen laba dengan *corporate social responsibility disclosure*. Berbeda dengan penelitian Anggita *et al.* (2019); Laksmi & Kamila (2018); Manik *et al.* (2020); Yasin (2020), menemukan bahwa manajemen laba tidak memiliki adanya pengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

Corporate social responsibility disclosure ini masih bersifat sukarela, namun perusahaan yang sudah melakukan kegiatan tanggung jawab sosial pasti akan menggunakan banyak cara untuk mengungkapkannya kepada masyarakat sehingga masyarakat menyadari bahwa perusahaan tersebut telah melakukan kegiatan CSR (Pangestika & Widiastuti, 2017). Media merupakan sebuah wadah dalam pemenuhan kebutuhan pemangku kepentingan dan berkomunikasi terkait kegiatan CSR perusahaan (Oktavila & NR, 2019). Pengkomunikasian tanggung jawab sosial perusahaan dengan melalui media dipercaya akan dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat (Palupi, 2019; Rahayu & Anisyukurlillah, 2015; Sparta & Rheadanti, 2019). Pada penelitian Arikarsita & Wirakusuma, (2020); Palupi (2019); Pangestika & Widiastuti (2017); Yasin (2020), menemukan bahwa adanya pengaruh terkait media *exposure* dengan *c disclosure*. Berbeda dengan hasil penelitian Rahayu & Anisyukurlillah (2015) yang menemukan bahwa media *exposure* tidak dapat memengaruhi *corporate social responsibility disclosure*.

Berdasarkan fenomena dan adanya *gap research* dari hasil penelitian terdahulu, mendorong penulis untuk melaksanakan penelitian kembali yang berkaitan pengungkapan *corporate social responsibility* yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kinerja lingkungan, manajemen laba dan media *exposure*. Motivasi peneliti mengambil penelitian ini karena praktik CSR di Indonesia belum banyak yang dilakukan karena kesadaran untuk menjaga ekosistem, dengan masih banyaknya kasus pencemaran lingkungan yang terjadi dan berulang. Selain itu, pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan juga merupakan suatu kewajiban perusahaan terhadap adanya dampak dari sebuah keputusan dan kegiatan bisnis perusahaan itu sendiri serta pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan ini akan mendapatkan citra perusahaan yang baik dan tercapainya konsep *sustainability* perusahaan.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, maka permasalahan pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Kinerja Lingkungan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*?
2. Apakah Manajemen Laba berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*?
3. Apakah Media *exposure* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*?

I.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
2. Untuk mengetahui pengaruh Manajemen Laba terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.
3. Untuk mengetahui pengaruh Media *Exposure* terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

I.4 Manfaat Hasil Penelitian

Dari hasil temuan pada penelitian ini, diharapkan hasilnya dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membagikan kontribusi untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat mengaplikasikan teori yang sudah diperoleh khususnya mengenai pengaruh kinerja lingkungan, manajemen laba dan media *exposure* terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya untuk pihak yang membutuhkan terkait judul serta konsentrasi yang sama. Dari konsentrasi yang sama tersebut maka dapat mengenali faktor-faktor yang memengaruhi serta yang tidak memengaruhi kepada *corporate social responsibility disclosure*.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi atau pertimbangan perusahaan dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial lebih fokus lagi terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Selain itu, dapat memberikan kesadaran kepada perusahaan terkait pentingnya melakukan tanggung jawab sosial dan manfaat dari *corporate social responsibility disclosure* yang dilakukan perusahaan.

c. Bagi Investor

Hasil penelitian ini sangat diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi para calon *investor* di dalam mengambil suatu keputusan untuk melakukan sebuah investasi pada suatu perusahaan, diharapkan investor lebih memerhatikan apakah perusahaan sudah mampu melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dengan baik.

d. Bagi Pemerintah

Dapat dijadikan pedoman oleh pemerintah dalam membuat aturan dan kebijakan, serta menjadi tolak ukur mengenai ketentuan penerapan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia.

e. Bagi Masyarakat

Mendapatkan informasi terkait tanggung jawab sosial dan lingkungan suatu perusahaan kepada lingkungan sekitar. Apakah pelaksanaan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan sudah memberikan keuntungan kepada masyarakat sekitar. Mengingat adanya sebuah kontrak sosial terkait dengan aktivitas bisnis perusahaan dengan masyarakat.