

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Dalam melakukan aktivitas bisnis, entitas harus bisa mempertimbangkan dampak atau permasalahan yang timbul pada *environment* terutama *environment* sekitarnya. Maka dari itu, entitas harus memiliki tanggung jawab berupa aksi nyata akibat dampak yang timbul dari kegiatan bisnisnya atau biasa disebut sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR merupakan salah satu program *responsibility* dan *emphaty* entitas terhadap masalah kesenjangan sosial serta kerusakan *environment* akibat dampak yang timbul dari kegiatan bisnis suatu entitas. Pengungkapan dari kegiatan atau program *responsibility* dan *emphaty* yang dilakukan oleh entitas tersebut dikenal sebagai *CSR Disclosure*. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 1(3) dan Pasal 74 (1) dan (2) terkait Perseroan Terbatas yang berisi pernyataan bahwa *responsibility* dari segi sosial serta *environment* merupakan keterikatan dari suatu entitas dalam upaya mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan di mana dapat berperan juga dalam peningkatan kualitas hidup dan *environment* penduduk sekitar yang memiliki *benefit* bagi entitas maupun penduduk di *environment* tersebut. Entitas yang melaksanakan bisnis terkait sumber daya alam, wajib bertanggung jawab melakukan kegiatan sosial dan pelestarian *environment* yang diperhitungkan serta dianggarkan sebagai perhitungan biaya perseroan dengan memerhatikan kepatutan dan kewajiban. Artinya, entitas tidak hanya bertanggung jawab kepada para *shareholder*, namun harus berkontribusi terhadap *environment* sekitarnya (Jananti & Setiawan, 2018). Perlu diingat lagi, bahwa CSR merupakan kegiatan atau *action* dari suatu entitas sebagai bentuk *responsibility* dan *emphaty* yang dilakukan oleh entitas tersebut atas aktivitas bisnisnya (yang

konteksnya pada penelitian ini terkait dengan *environment*) yang nantinya akan lebih baik jika diungkapkan dalam *CSR Disclosure*. Berikut merupakan fenomena pencemaran *environment* yang terjadi pada tahun 2019 di antaranya adalah data dari Dinas Perikanan dan Kelautan Karawang menunjukkan bahwa terumbu karang sebanyak 234 hektar yang tersebar di delapan wilayah terdampak tumpahan minyak yang menyebabkan terumbu-terumbu karang terancam mati. Tidak hanya itu, terdapat sepuluh lokasi hutan bakau terdampak akibat tumpahan minyak dari Pertamina (Awaluddin, 2019). Selanjutnya, terdapat pabrik-pabrik di Bogor, Jawa Barat yang terkena masalah pencemaran *environment* di sungai Cileungsi. Sungai Cileungsi yang biasa dikonsumsi airnya oleh masyarakat sekarang berubah menjadi sungai yang berwarna hitam dan memiliki bau (Berutu, 2019). Dinas *Environment* Hidup DKI Jakarta pada tahun 2019 juga melaporkan bahwa adanya dampak negatif berupa pencemaran udara dari cerobong asap yang berasal dari kurang lebih 114 entitas dari sektor manufaktur yang ada di Jakarta, namun 47 entitas dinilai tidak memenuhi baku mutu (Wiguna, 2019). Pada dasarnya peraturan terkait Perseroan Terbatas merupakan payung hukum upaya pemerintah dalam meminimalisir permasalahan *environment* yang sering terjadi, tetapi akibat kurangnya pengawasan pemerintah mengakibatkan masih banyak entitas yang mengeksploitasi sumber daya alam dan mencemari *environment* terutama *environment* sekitar entitas menjalankan aktivitas bisnisnya (Ciriyan & Putra, 2016).

Dari dampak tersebut, menunjukkan bahwa di Indonesia tidak sedikit dampak yang ditimbulkan satu entitas dengan entitas lainnya terkait dengan aktivitas bisnis memiliki perbedaan yang beraneka ragam, sehingga terdapat perbedaan *CSR Disclosure* di masing-masing entitas. *CSR Disclosure* merupakan fasilitas yang diberikan entitas kepada khususnya para *stakeholder* dalam *decision making* untuk menanamkan modal ke entitas yang artinya entitas secara *voluntary* melakukan *CSR Disclosure* agar laporan pengungkapan tersebut dapat menarik perhatian para calon *investor* baru.

Berdasarkan data dari National Center Sustainability Reporting (NCSR) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), entitas yang aktif menerbitkan CSR *Disclosure* didominasi oleh sektor agrikultur, entitas BUMN dan keuangan. Artinya, masih ada indikasi bahwa kesadaran entitas dalam *voluntary* melakukan CSR *Disclosure* masih terbilang kecil. Entitas yang mengabaikan kegiatan CSR dan kegiatan pengungkapannya tidak hanya dapat merugikan masyarakat dan *environment* sekitar, namun kerugian juga bisa saja dialami oleh entitas itu sendiri karena CSR *Disclosure* pada dasarnya memberikan paling banyak peluang untuk mengalami keuntungan kepada berbagai pihak dan entitas terkait CSR *Disclosure* di mana semakin banyak informasi yang diungkapkan maka semakin baik citra entitas di pandangan masyarakat (Solikhah & Winarsih, 2016). Menurut National Center Sustainability Reporting (NCSR), CSR *Disclosure* disusun dengan GRI. Penelitian ini menggunakan GRI (*Global Reporting Initiatives*) *Version* 4.0, terdiri dari indikator Kinerja Ekonomi, *Environment*, Tenaga Kerja, Hak Asasi Manusia, Kinerja Sosial, Kinerja Produk (Ladina et al., 2016). Fenomena CSR *Disclosure* pada penelitian ini seperti yang terjadi pada dua entitas yang mungkin tidak asing lagi karena produknya sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

**Tabel 1 Fenomena**

No.	Nama perusahaan	Total Item GRI	Item GRI di Perusahaan	CSR D
1	PT. Ultra Jaya Milk Tbk.	91	13	14,29%
2	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.	91	12	13,19%

*Sumber : Laporan Tahunan Entitas Tahun 2016*

Tabel tersebut menjelaskan bahwa kedua entitas tersebut tingkat CSR *Disclosure* masih dikatakan rendah karena dari total indikator GRI yang ada yaitu sembilan puluh satu, entitas yang pertama hanya memiliki total 13 indikator yang dikonversi menjadi 14,29% dan entitas kedua hanya memiliki 12 indikator yang dikonversi menjadi 13,19%. Hal ini menjadi dasar bagi

penulis untuk meneliti lebih lanjut pada entitas manufaktur sektor industri barang konsumsi. Adapun alasan yang lainnya adalah permasalahan yang ada pada entitas non-keuangan lebih kompleks, sehingga sektor industri barang konsumsi lebih mampu untuk menggambarkan kondisi entitas di Indonesia (Mashuri & Ermaya, 2020). Adapun faktor yang mempengaruhi CSR *Disclosure* pada penelitian ini di antaranya agresivitas pajak, *media exposure*, ukuran (*size*) entitas, *leverage*, dan Profil Perusahaan.

Entitas termasuk wajib pajak badan sehingga memiliki kewajiban untuk mematuhi dan memiliki kesadaran dalam wajib membayar pajak. Berdasarkan APBN yang diterbitkan oleh Kementerian Keuangan dari tahun 2015-2019, penerimaan negara dari pajak mencapai 80 persen dari total penerimaan, artinya pendapatan terbesar bagi negara Indonesia dalam kegiatan ekonomi juga bersumber dari pajak. Namun, tidak sedikit entitas di Indonesia yang melakukan tindakan agresif terhadap pajak baik secara legal maupun illegal mengingat penghasilan dari kegiatan bisnis entitas merupakan objek pajak yang dikenakan berdasarkan penghasilan yang diterima oleh entitas tersebut (Resmi, 2019, hlm. 145). Kegiatan agresivitas pajak bisa menyebabkan kerugian kepada pemerintah maupun negara, karena anggaran untuk membangun perekonomian tidak diterima sebagaimana mestinya. Dalam penelitian Chen et al. (2010) mengungkapkan bahwa entitas bisa bertindak agresif untuk mengurangi beban pajak. Penelitian Plorensia PH & Winda AP (2015) menyebutkan bahwa tindakan agresif terhadap pajak dinilai dari besarnya entitas tersebut melangkah dengan memanfaatkan celah yang ada pada peraturan perpajakan demi melakukan penghindaran terhadap pajak. Penelitian Wijaya & Hadiprajitno (2017) mengemukakan pada agresivitas pajak adanya pengaruh yang positif terhadap CSR *Disclosure*. Searah dengan penelitian Wijaya & Hadiprajitno (2017), Jananti & Setiawan, (2018), Mashuri & Ermaya (2020), menemukan agresivitas pajak secara positif berpengaruh terhadap CSR *Disclosure*. Namun hasil penelitian tersebut tidak

searah dengan penelitian Wicaksono & Prabowo (2021) yang menemukan bahwa tidak adanya pengaruh agresivitas pajak terhadap *CSR Disclosure*.

Pemberitaan melalui *media online* maupun *website* resmi entitas yang dapat diakses oleh khalayak umum berupa informasi mengenai publikasi *Annual Report* entitas. Perkembangan teknologi dan informasi di era saat ini, membuat *Media online* telah mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah dalam memenuhi kebutuhan teknologi di era digital revolusi 4.0 saat ini. Artinya, *platform media online* juga dapat digunakan untuk menunjukkan kontribusi atau tanggung jawab entitas terhadap *environment* sekitar entitas beroperasi untuk bisa diakses lebih luas melalui media online tersebut yang bisa dikenal sebagai *media exposure*. Penelitian Widiastuti et al. (2018) menemukan tidak berpengaruhnya *media exposure* terhadap *CSR Disclosure* di mana searah dengan Solikhah & Winarsih (2016), Sedangkan penelitian Mashuri & Ermaya (2020) dan Hasibuan et al. (2020) menemukan *media exposure* secara positif berpengaruh terhadap *CSR Disclosure*.

Entitas yang besar memiliki aktivitas operasi yang banyak dan cenderung menjadi pusat perhatian dari masyarakat sekitar dan khalayak umum akibat dari kegiatan entitas yang *show up* mengenai kerusakan *environment* yang terjadi bisa diminimalisir dan bermanfaat bagi generasi masa mendatang (Dewi & Sari, 2019). *Big company* memiliki *asset* yang besar maka aktivitasnya jauh lebih luas, tidak terkecuali aktivitas yang berkaitan dengan *environment* sebagai wujud tanggung jawab sosial entitas (Noor Ramadhan & Prastiwi, 2014). Penelitian Noor Ramadhan & Prastiwi (2014); Dewi & Sari (2019); Hasibuan et al. (2020); Utamie et al. (2020); Widiastuti et al. (2018); Yunaida & Lestari (2020) menemukan pengaruh yang positif pada *size* terhadap *CSR Disclosure*. Namun, penelitian Wijaya & Hadiprajitno (2017) ditemukan adanya pengaruh yang negatif dari Ukuran Perusahaan terhadap *CSR Disclosure*.

*Leverage* digunakan untuk mengetahui tingkat usaha entitas dalam memanfaatkan total utang baik jangka pendek maupun jangka panjang dibandingkan dengan total ekuitas. Rasio dalam menghitung *leverage* menggunakan Debt to Equity Ratio (DER) untuk melihat besarnya perbedaan jumlah ekuitas dengan jumlah utang Kasmir, (2018) di mana penelitian Dewi & Sari (2019); Utamie et al. (2020); Wulandari & Sudana (2018); Yunaida & Lestari (2020) juga menggunakan perhitungan yang sama. Penelitian Utamie et al. (2020); Wulandari & Sudana (2018); Yunaida & Lestari (2020) ditemukan adanya pengaruh negatif dari *leverage* terhadap *CSR Disclosure*.

Profil perusahaan dikategorikan menjadi dua yaitu profil tinggi dan profil rendah. Pada umumnya, entitas berprofil tinggi termasuk entitas yang mendapatkan banyak sorotan dari masyarakat. Hal tersebut merupakan akibat dari kegiatan operasionalnya yang banyak dan berkaitan dengan kepentingan luas. Jika menyangkut kepentingan yang luas, maka ini akan bersifat sedikit sensitif sehingga entitas yang *high-profile* harus bisa lebih banyak melakukan kegiatan CSR dan selalu menerbitkan *CSR Disclosure* sebagai bentuk pertanggungjawaban entitas (Branco & Rodrigues, 2008).

Entitas yang menerbitkan *CSR Disclosure* sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada para *stakeholder* (sebagai wujud dari teori *stakeholder*) atas kegiatan CSR yang dilakukan dalam kepedulian *environment* dan masyarakat sekitar aktivitas bisnis yang menciptakan kontak sosial dan menghasilkan citra entitas yang baik (sebagai wujud teori legitimasi). *CSR Disclosure* yang dilakukan dan diterbitkan oleh entitas juga dapat menjadi sinyal bagi para investor dalam membuat *decision making* untuk berinvestasi di entitas tersebut (sebagai wujud teori sinyal).

Penelitian yang berkaitan dengan *CSR Disclosure*, agresivitas pajak serta *media exposure* dan menjadikan profil perusahaan sebagai variabel moderasi belum pernah dilakukan oleh penelitian terdahulu. Namun, penelitian mengenai agresivitas pajak dan *media exposure* terhadap CSR

*Disclosure* sudah pernah dilakukan oleh (Mashuri & Ermaya, 2020). Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya di mana penelitian sebelumnya menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi, sedangkan penelitian ini menggunakan ukuran (*size*) perusahaan dan *leverage* sebagai variabel *control*, serta profil perusahaan sebagai variabel moderasi. Penelitian sebelumnya fokus pada *Consumer Goods* dengan tahun penelitian 2014-2018 sedangkan penelitian ini meneliti entitas manufaktur sektor industri barang konsumsi dari tahun 2015-2019 dengan beberapa kriteria sampel yang telah ditentukan. Entitas manufaktur dipilih karena menurut Pusat Lingkungan dan Energi Indonesia, manufaktur erat hubungannya terkait dengan *environment* dan lebih berpotensi pada pencemaran *environment* tetapi belum semua sektor manufaktur termotivasi melakukan CSR *Disclosure* secara *voluntary* dan lebih banyak atau lengkap. Permasalahan yang ada pada entitas non-keuangan lebih kompleks, sehingga sektor industri barang konsumsi lebih mampu untuk menggambarkan kondisi entitas di Indonesia (Mashuri & Ermaya, 2020).

Berdasarkan latar belakang, fenomena yang ada, serta *gap theory* terhadap penelitian sebelumnya maka peneliti memutuskan akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai analisis dari faktor-faktor yang mempengaruhi CSR *Disclosure* dengan profil perusahaan sebagai variabel moderasi pada entitas manufaktur sektor industri barang konsumsi tahun 2015 sampai tahun 2019.

## **I.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang, Penulis membangun beberapa rumusan masalah diantaranya:

1. Apakah agresivitas pajak berpengaruh terhadap CSR *Disclosure*?
2. Apakah *media exposure* berpengaruh terhadap CSR *Disclosure*?

3. Apakah profil perusahaan memoderasi hubungan antara agresivitas pajak terhadap *CSR Disclosure*?
4. Apakah profil perusahaan memoderasi hubungan antara *media exposure* terhadap *CSR Disclosure*?

### **I.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh agresivitas pajak terhadap *CSR Disclosure*.
2. Menganalisis pengaruh *media exposure* terhadap *CSR Disclosure*.
3. Menganalisis terkait pengaruh profil perusahaan memoderasi hubungan antara agresivitas pajak terhadap *CSR Disclosure*.
4. Menganalisis terkait pengaruh profil perusahaan memoderasi hubungan antara *media exposure* terhadap *CSR Disclosure*.

### **I.4 Manfaat Hasil Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

#### a) Manfaat Teoritis

Dilihat secara teoritis, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi sumbangan pemikiran atau informasi dalam menambah pengetahuan bagi peneliti selanjutnya yang akan mengambil topik mengenai pengaruh agresivitas pajak dan *media exposure* terhadap *CSR Disclosure* di mana ukuran (*size*) perusahaan dan *leverage* sebagai variabel *control*, serta profil perusahaan sebagai variabel moderasi.

#### b) Manfaat Praktis

##### 1. Masyarakat



Membantu perekonomian masyarakat di sekitar operasional entitas berupa pemberdayaan sumber daya manusia terhadap masyarakat sekitar maupun upaya menjaga *environment* masyarakat sekitar entitas dengan baik dan benar tanpa ada pihak yang dirugikan.

## 2. Manajer Entitas

Membantu dalam strategi peningkatan *CSR Disclosure* yang lebih detail yang dapat menarik simpati dari masyarakat, para calon investor maupun investor lama sehingga entitas mendapatkan nilai yang tidak merugikan melainkan menguntungkan entitas karena strategi pengungkapan *CSR Disclosure* yang saling menguntungkan.

## 3. Investor

Membantu investor paham terkait faktor-faktor yang memengaruhi *CSR Disclosure* agar investor terbantu dalam melakukan *decision making* untuk menanamkan modalnya ke entitas.

## 4. Pemerintah

Membantu dalam membuat memperbarui kebijakan yang ada agar lebih relevan dalam penerapan praktek kedepannya. Dengan adanya penelitian ini, kebijakan yang diatur untuk entitas mengungkapkan *CSR Disclosure* yang lebih bermanfaat dan detail kepada masyarakat dan *environment* sekitar entitas tanpa merugikan entitas itu sendiri.