

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Aktivitas usaha dalam faktor ekonomi berposisi esensial dalam keberlangsungan perekonomian negara Indonesia. Perusahaan merupakan salah satu sarana dimana adanya kegiatan produksi barang atau jasa. Di dalam perusahaan juga terdiri dari banyaknya aspek yang membentuk perusahaan agar dapat berjalan operasionalnya. Demi terwujudnya tujuan perusahaan, yaitu mendapatkan keuntungan atas hasil penjualannya, perusahaan harus menjalin ikatan yang menguntungkan antara banyak pihak. Hubungan perusahaan dengan masyarakat, investor, pemerintah dan pihak terkait lainnya harus memiliki harmonisasi demi terwujudnya keberhasilan dalam hubungan yang saling menguntungkan.

Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang mengaplikasikan konsep *triple bottom line*, yaitu *people, profit and planet* (Pakpahan & Rajagukguk, 2018). Mendapatkan laba yang tinggi, merupakan tujuan utama setiap perusahaan. Namun, tentunya untuk memenuhi tujuan laba yang tinggi tersebut perusahaan harus memanfaatkan atau dalam beberapa kasus mengeksploitasi lingkungan. Keberlangsungan perusahaan terutama dalam bidang penggunaan SDA tentu akan memberikan masyarakat maupun lingkungan sekitar dampak bersifat langsung atau tidak langsung. Tidak jarang dapat menyebabkan kerugian dan kerusakan lingkungan. Maka dari itu dibutuhkan kontribusi perusahaan dalam peningkatan perhatian terhadap lingkungannya dengan pemanfaatan *corporate social responsibility*. Perusahaan pada abad ke-21 ini, implementasi CSR terhadap komunitas dan masyarakat sudah diwajibkan sebagai kewajiban perusahaan. Pertanggung jawaban sosial perusahaan menjadi salah satu strategi bisnis sebagai tujuan jangka panjang yang nantinya akan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan perusahaan. *Corporate social responsibility* seperti yang dikutip dari Palupi (2019) dapat dilihat menjadi cara perusahaan melaksanakan tanggung jawabnya dengan maksud memaparkan dampak sosial dan lingkungan yang disebabkan oleh entitas kepada khalayak, dengan konteks baik maupun buruk.

Fenomena pelanggaran terkait *corporate social responsibility* bukan menjadi hal yang jarang. Masih banyak perusahaan dari berbagai sektor yang mengabaikan pentingnya penerapan dan pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan suatu entitas, sementara ini elemen penting yang berpengaruh akan masa depan perusahaan. Bahkan, tidak sedikit pula perusahaan yang menyalah artikan tanggung jawab sosial perusahaan yang menjadikan tujuan awal nya tidak merefleksikan fungsi dari CSR itu sendiri.

Riset dilakukan atas 100 perusahaan di negara-negara Asia antara lain Indonesia, Malaysia, Singapura, dan Thailand. Riset dilaksanakan oleh Pusat Tata Kelola, Institusi, dan Organisasi *National University of Singapore (NUS) Business School* terkait praktik aplikasi CSR (*cnnIndonesia.com, 2016*). Hasil riset menemukan bahwa tingkat pelaporan CSR cukup tinggi namun dengan kapasitas implementasi atau praktik yang rendah. Untuk negara Indonesia sendiri hanya mendapatkan nilai 48,4 dengan menggunakan kriteria penilaian indikator *Global Reporting Initiative (GRI)*.

Salah satu contoh fenomena dilansir dari salah satu portal berita *Tribunnews.com, (2016)*, dimana PT. Agung Podomoro Land dengan membawahi anak entitasnya, PT. Muara Wisesa Samudera melakukan proyek reklamasi Pulau G. Padahal, pembangunan proyek ini menyebabkan penghambatan di sekitar 13 aliran sungai ke Teluk Jakarta. Pembangunan ini juga akan menyebabkan perairan beberapa sungai di Jakarta naik drastis dan menjadi comberan karena terhambatnya penampungan. Jika ditelusuri melalui laporan keuangan PT. Agung Podomoro Land pada tahun 2017, perusahaan ini mengungkapkan aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan. Bahkan, beberapa kali perseroan ini menerima sebutan sebagai pengembang terbaik dalam bidang properti yang *top* dan ramah lingkungan. Namun, nyatanya tanggung jawab sosial tersebut tidak benar-benar diterapkan.

Berdasarkan kasus tersebut, PT. Agung Podomoro Land telah melanggar beberapa peraturan perundangan terkait lingkungan hidup, salah satunya adalah Pasal 36 ayat (1) UU No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Peraturan ini mengatur bahwa setiap proyek reklamasi harus memiliki izin lingkungan.

Selain itu kasus pencemaran lingkungan lainnya yang bersumber dari *News.detik.com*, (2020), dimana limbah peternakan sapi milik PT. Greenfield meluber dan meluas. Pencemaran ini sudah berlangsung lama dan serius namun tidak ada penanganan serius dari perusahaan atau pun pemerintahan setempat. Padahal, PT. Greenfield pernah mengalami kasus serupa namun langsung memberikan penanganan. Berbeda dengan kasus kali ini, dimana tidak adanya penanganan secara serius yang membuat tata kelola perusahaan tersebut dipertanyakan, apakah sudah berjalan sesuai dengan fungsinya terhadap tanggung jawab sosial perusahaan tersebut.

Berdasarkan dua kasus diatas, membuat munculnya pertanyaan apakah tata kelola perusahaan sudah diimplementasikan dan unsur-unsurnya menjalankan fungsi dengan baik. Mengingat, sejak masa krisis di tahun 1998, tata kelola perusahaan Indonesia selalu memiliki nilai indeks *good corporate governance* yang rendah. Bagaimana mekanisme tata kelola perusahaan diimplementasikan, akan berdampak besar bagi pengungkapan CSR perusahaan. Mekanisme tersebut yang nantinya akan mengatur rangkaian tindakan dan menentukan hubungan antar unsur didalamnya.

Kewajiban lingkungan dan sosial wajib dilaksanakan oleh perusahaan yang memiliki aktivitas operasional dengan menggunakan sumber daya alam seperti yang diatur pada UU Perseroan Terbatas No. 40 pasal 74 tahun 2007. Peraturan ini seharusnya menjadi semangat dan pemicu perusahaan untuk tidak lalai dalam kontribusi pemeliharaan dan penjagaan lingkungan. PSAK No. 1 Tahun 2009 juga mengatur mengenai Penyusunan Laporan Keuangan tentang Tanggung Jawab atas Laporan Keuangan paragraf 09. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diwajibkan dalam laporan keuangan suatu perusahaan seiring dengan sering ditemukannya masalah lingkungan atau komunitas dengan perusahaan terkait. Perusahaan dengan laporan keuangan yang memuat pengungkapan atas *corporate social responsibility* tentunya akan menambah kepercayaan pihak-pihak berkaitan seperti investor dan komunitas sekitar akan keberlangsungan perusahaan kedepannya. Secara tidak langsung, perusahaan juga sedang merencanakan keberhasilan jangka panjang. Dengan memperoleh citra yang baik, nama

perusahaan akan selalu memiliki kesan positif dan meningkatkan nilai serta kualitas perusahaan dimata publik.

Dengan diikuti teknologi dan perkembangan zaman yang semakin canggih, media dapat digunakan sebagai cara perusahaan untuk mempublikasikan pengungkapan tanggung jawab sosial. *Media exposure* memiliki makna penerpaan media, dimana aktivitas tersebut berhubungan dengan frekuensi seseorang dalam melakukan kegiatan berkaitan dengan penyebaran media. Melalui *media exposure* perusahaan dapat mengungkapkan bagaimana bentuk tanggung jawab sosial perusahaan seperti dalam laporan keuangannya (Sparta & Rheadanti, 2019). Pada penelitian yang sebelumnya telah dilakukan, (Pakpahan & Rajagukguk, 2018) menemukan bahwa terdapat pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* atas *media exposure*. Pakpahan & Rajagukguk didalam penelitiannya menyatakan bahwa tingkat nilai yang tinggi sebuah *media exposure* perusahaan, akan membuat perusahaan memiliki *value* yang tinggi pula dalam pandangan masyarakat, sehingga semakin luas jangkauan *CSR disclosure*. Hasil studi ini juga serupa dengan studi kasus yang dilakukan oleh Arikarsita & Wirakusuma (2020) dan Palupi (2019). Namun, studi lain yang dilaksanakan oleh Ramadhan & Sutanto (2018) menghasilkan temuan dimana antara *media exposure* dan pengungkapan CSR tidak ditemukan pengaruh yang signifikan, sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Widiastuti et al. (2018) dan Revaldo & Rusmanto (2020). Ditemukan bahwa pengungkapan CSR tidak terfokus pada laman internet perusahaan. Jadi, jikalau entitas tidak memiliki kuantitas dan kualitas standar perusahaan, pengungkapan CSR akan tetap dilakukan.

Sertifikasi Lingkungan menurut Ramadhan & Sutanto (2018) adalah bentuk apresiasi yang diterima dari pihak luar dan bersifat mandiri berhubungan dengan kegiatan operasional entitas yang direlevansikan dengan *environmental management*. Perusahaan yang memperoleh sertifikasi lingkungan dianggap secara nyata dan simbolis memiliki keunggulan dan konsistensi kepedulian terhadap lingkungan. Melalui sertifikasi lingkungan akan menimbulkan kepercayaan diri perusahaan dan menunjukkan kepada pihak eksternal mengenai relasi yang apik diantara entitas dengan lingkungan serta aspek penting dalam kegiatan operasionalnya. Melalui penelitian Dianawati (2016), ditemukan bahwa tidak

ditemukan signifikansi atas sertifikasi lingkungan dengan pengungkapan CSR, karena tidak ditemukan disimilaritas pada entitas yang tidak memperoleh sertifikasi lingkungan dengan perusahaan yang memperoleh sertifikasi lingkungan tersebut. Berbeda dengan penelitian oleh Prakoso & Fidiana (2020) dengan hasil menunjukkan bahwa adanya pengaruh sertifikasi lingkungan dengan pengungkapan laporan pertanggungjawaban sosial suatu perusahaan. Berdasarkan penelitian ini, ditemukan bahwa perusahaan dengan penilaian ISO 14001 menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dapat menciptakan lingkungan yang sehat. Dengan kinerja lingkungan perusahaan yang sehat, perusahaan memperoleh pengaruh cukup besar dalam peningkatan pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan.

Menurut Tugiman (1997), komite audit merupakan pengelompokan berisi orang-orang yang ditunjuk oleh tingkat kelompok lebih tinggi yang akan ditugaskan untuk pekerjaan atau melaksanakan tugas khusus. Kelompok lebih tinggi yang membentuk komite audit adalah dewan komisaris. Berdasarkan karya ilmiah Susanto & Joshua (2019) menunjukkan hasil dimana ditemukan pengaruh positif antara komite audit positif atas *corporate social responsibility disclosure*, berbanding lurus seperti studi terdahulu oleh Wiyuda & Pramono (2017) dengan hasil penelitian komite audit berpengaruh signifikan negatif terhadap pengungkapan CSR. Besarnya jumlah ukuran komite audit, akan menunjukkan peran komite audit yang efektif dalam pengendalian dan pengawasan manajemen. Kedua penelitian diatas, tidak sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Utami (2019) dan Listyaningsih et al. (2018) dimana hasil penemuan mereka mengatakan antara komite audit dengan pengungkapan CSR perusahaan tidak ditemukan adanya pengaruh yang signifikan.

Dewan komisaris adalah bagian *internal controlling* yang paling tinggi pada suatu perusahaan yang memiliki *responsibility* untuk memantau kegiatan manajemen (Prastiti & Meiranto, 2013). Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, dewan komisaris juga akan bertugas membentuk komite audit untuk nantinya melakukan tugas sesuai arahan. Jumlah komisaris independen yang besar, akan menunjukkan fungsi dewan komisaris yang ketat dan netral terhadap fungsi pengawasan dan pengontrolan manajemen. Beberapa penelitian seperti yang telah

dilakukan oleh Wiyuda & Pramono (2017) dan Mohamed Adnan et al. (2018) menemukan bahwa ada pengaruh dewan komisaris dalam pengungkapan CSR suatu perusahaan. Sementara, berbeda dengan penelitian oleh Utami (2019) dimana penelitiannya menghasilkan bahwa tidak ditemukan adanya pengaruh signifikan antara dewan komisaris dengan pengungkapan CSR suatu perusahaan.

Berdasarkan uraian mengenai fenomena dan studi kasus yang telah dibahas diatas, memicu penelitian yang lebih baru dan lebih muda terhadap perusahaan dibidang manufaktur. Hal ini juga didukung dari masih banyak nya hasil penelitian yang belum stabil dengan hasil yang belum persisten. Terkait keterbatasan dan kekurangan penelitian yang telah ada, penelitian lebih lanjut dirasa dibutuhkan untuk mengembangkan penelitian yang sudah ada. Penelitian ini menjadi bentuk pengembangan dari penelitian sebelumnya oleh Sparta & Rheadanti (2019). Perbedaan dan kebaruan dari penelitian ini dibandingkan penelitian terdahulu adalah: (1) Menambahkan variabel *good corporate governance* yaitu komite audit dan komite dewan komisaris, seperti yang disarankan peneliti sebelumnya; (2) Masih minimnya pembahasan pada variabel Sertifikasi Lingkungan. Melalui alasan yang sudah dipaparkan, menimbulkan ketertarikan peneliti melaksanakan penelitian terbaru mengenai pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan non keuangan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2020.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah dan fenomena yang telah dipaparkan diatas, penulis membangun beberapa rumusan masalah diantaranya:

- a. Apakah *Media Exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
- b. Apakah Sertifikasi Lingkungan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
- c. Apakah Komite Audit berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
- d. Apakah Dewan Komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?

1.3 Tujuan Penelitian

Melalui penelitian ini, ada beberapa tujuan yang hendak dicapai oleh penulis, antara lain:

- a. Untuk menganalisis pengaruh *Media Exposure* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- b. Untuk menganalisis pengaruh Sertifikasi Lingkungan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- c. Untuk menganalisis pengaruh Komite Audit terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
- d. Untuk menganalisis pengaruh Dewan Komisaris terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan dan memiliki keterkaitan. Manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua aspek, yaitu:

- a. Aspek Akademis (Teoritis)
 1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber pengetahuan tambahan dalam ilmu akuntansi, khususnya dalam bidang *Corporate Social Responsibility*.
 2. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan baru bagi peneliti.
 3. Dapat menjadi sumber informasi atau referensi bagi penulis selanjutnya dalam penelitian yang berkaitan dengan judul penelitian ini.
- b. Aspek Praktis (Operasional)
 1. Bagi perusahaan yang mengungkapkan, khususnya dalam industri manufaktur, penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi untuk perusahaan manufaktur di Indonesia dalam bidang *corporate social responsibility* yang

berkaitan dengan *media exposure*, sertifikasi lingkungan, dan *good corporate governance*.

2. Bagi investor, diharapkan bisa berperan sebagai bahan pertimbangan investor dalam mengambil keputusan untuk melakukan investasi pada suatu perusahaan dan lebih memperhatikan bagaimana hubungan perusahaan dengan tanggung jawab sosialnya.
3. Bagi pemerintah, dapat menjadi salah satu acuan pemerintah untuk menyusun kebijakan terkait penerapan *corporate social responsibility* di negara Indonesia.
4. Bagi masyarakat, diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan untuk dapat menilai kinerja dan operasional perusahaan serta memperhatikan apakah kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan memberikan *benefit* bagi masyarakat sekitar.