

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Maraknya kasus pencemaran lingkungan yang timbul dari adanya aktivitas bisnis suatu perusahaan, menuntut perusahaan tak lagi sekedar hanya mampu menghasilkan profit yang tinggi, tetapi juga dituntut secara penuh melakukan tanggung jawab akibat dari kegiatan operasionalnya. Kusuma dkk (2014) mengatakan perusahaan tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*), melainkan harus meliputi aspek keuangan, sosial, dan lingkungan, yang biasa disebut *triple bottom line*. Pernyataan tersebut dapat menjelaskan bahwa didalam suatu perusahaan tidak lagi berfokus hanya pada profit saja, perusahaan juga harus mampu memperhatikan lingkungan dan menyejahterakan masyarakat yang berada disekitar perusahaan demi keberlangsungan perusahaannya.

Menurut Rusdianto (2013, hlm.7) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai komitmen perusahaan untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas. Dengan demikian, bentuk dari tanggung jawab sosial perusahaan untuk menyejahterakan *stakeholder* secara lebih luas itu tidak hanya untuk sementara saja tetapi berkelanjutan.

Fenomena yang terjadi nyata di Indonesia dimana menimbulkan pencemaran lingkungan akibat dari adanya aktivitas bisnis perusahaan contohnya ialah, kasus PT Vale Indonesia Tbk, dimana PT. Vale tidak memiliki izin resmi serta banyak mengabaikan dampak dari limbah hasil eksploitasi penambangan. Terjadinya pendangkalan pada muara sungai akibat endapan material oleh pembuangan limbah industri yang mengandung bahan beracun secara langsung ke dasar sungai. Tidak hanya itu, tahun 2014 PT Vale Indonesia Tbk menggunakan hutan lindung untuk keperluan operasionalnya namun tidak memiliki izin pinjam

pakai kawasan hutan dari kementerian kehutanan. PT Vale Indonesia juga pernah di protes penduduk Desa Kabupaten Luwu Timur atas dugaan pencemaran lingkungan yakni tumpahan minyak di Laut Lampia, akibatnya pendapatan mereka sebagai nelayan menurun drastis karena laut tercemari minyak (*kicaunews.com*). Dilihat dari laporan tahunan PT Vale 2014, perusahaan tersebut melaporkan CSR-nya di dalam *annual report* dan juga perusahaan tersebut menyusun laporan keberlanjutannya seperti tahun sebelumnya tetapi justru masyarakat masih belum merasakan kesejahteraannya. Perusahaan tersebut seolah-olah menyusun laporan CSR-nya hanya untuk kepentingan pencitraan perusahaan.

Kasus lain yaitu, PT Ultra Jaya Milk Industri Tbk, dimana perusahaan tersebut menghasilkan limbah yang baunya mengganggu masyarakat sekitar dari tahun ke tahun dan belum ada penanggulangannya. Selain itu suplai air yang diberikan ke warga juga mengandung limbah membuat banyak warga mengalami gatal-gatal (*sindonews.com*). Perusahaan tersebut dari tahun ke tahun melaporkan laporan CSR-nya dan mengeluarkan dana CSR-nya untuk masyarakat sekitar. Tetapi kasus dalam hal pengelolaan limbahnya masih belum terselesaikan. Seakan CSR yang dilakukan perusahaan tersebut hanya untuk kepentingan promosinya saja sudah melakukan bentuk tanggung jawabnya.

Dari kasus-kasus yang terjadi akibat dari bisnis perusahaan dan merusak lingkungan menimbulkan hubungan yang tidak harmonis antara perusahaan dengan lingkungan sosial. Kondisi tersebut menyebabkan masyarakat membutuhkan suatu informasi mengenai sejauh mana bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sebagai wujud tanggung jawab sosialnya.

Ada banyak cara pandang perusahaan terhadap pelaksanaan CSR, terlepas dari penting atau tidaknya. Perbedaan tersebut yang akan mempengaruhi perusahaan terhadap praktik CSR dan berdampak pada pengungkapan yang disusun. Laporan CSR disusun oleh seluruh perusahaan yang melaksanakan kegiatan CSR dan bertujuan sebagai bukti nyata bahwa perusahaan ikut serta berperan dalam kegiatan yang bertujuan meningkatkan dampak positif kepada komunitas sosial (Maulana & Yuyetta, 2014). Pengungkapan CSR dapat dijadikan

sebagai cara yang efektif untuk mengkomunikasikan bagaimana perusahaan dalam mengintegrasikan program CSR-nya kedalam kegiatan operasinya.

Kesadaran perusahaan akan pelaksanaan tanggung jawab sosial didasari karena adanya regulasi pemerintah yang diatur dalam Undang Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, pada bab V pasal 74 dimana perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan jika tidak melaksanakan akan dikenakan sanksi. Dan di dalam pasal 66 poin c mengatakan selain melaporkan laporan keuangannya perusahaan wajib melaporkan laporan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 47 Tahun 2012 juga merupakan regulasi yang mengatur secara jelas mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas dimana pelaksanaan tanggung jawab sosial dilaksanakan didalam maupun diluar perusahaan dan harus dimuat di dalam laporan keuangan.

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 paragraf 14 tahun 2017 yang secara implisit menyarankan bahwa untuk menyajikan laporan kegiatan CSR-nya agar mendapatkan nilai tambah (*value added*). Dengan demikian, dalam mengungkapkan laporan kegiatan CSR didalam laporan tahunan masih bersifat sukarela. Belum adanya regulasi dari standar akuntansi yang mengatur bagaimana pengungkapan CSR perusahaan sehingga menghasilkan keragaman bergantung pada kebijakan masing-masing perusahaan dan dilaporkan agar tidak melanggar regulasi yang mewajibkan mengungkapkan laporan CSR-nya.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan poin penting bagi perusahaan karena perusahaan hidup di tengah-tengah lingkungan masyarakat dan aktivitasnya memiliki dampak sosial dan lingkungan. Dampak dari aktivitas sosial dan lingkungan perusahaan tersebut berbeda-beda. Dalam penelitian ini, faktor-faktor yang diduga mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu ukuran dewan komisaris, *leverage*, ukuran perusahaan, dan media *exposure*.

Penelitian mengenai faktor-faktor yang diduga memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu dan menunjukkan adanya perbedaan hasil. Dewan komisaris merupakan dewan yang

ditugaskan untuk menjamin pelaksanaan strategi perusahaan, mengawasi manajemen dalam mengelola perusahaan serta mewajibkan terlaksananya akuntabilitas (Kusuma dkk, 2014). Maka disaat perusahaan memiliki jumlah dewan komisaris yang banyak akan dapat bekerja lebih optimal dalam mengawasi apa yang dilakukan oleh manajemen dalam mengelola perusahaan. Besarannya jumlah dewan komisaris dalam mengawasi manajemen akan menjadi tekanan terhadap manajemen, sehingga manajemen dituntut untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan yang luas. Penelitian yang telah dilakukan oleh Maulana & Yuyetta (2012) menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini berarti bahwa perusahaan dengan jumlah anggota dewan komisaris yang lebih besar akan mengungkapkan CSR yang lebih luas. Namun penelitian yang dilakukan oleh Lucyanda & Siagian (2012) justru menunjukkan tidak adanya pengaruh antara ukuran dewan komisaris dengan pengungkapan CSR.

Leverage merupakan alat untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam memanfaatkan hutang untuk mencapai tujuan dari perusahaannya. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* besar akan menimbulkan *agency cost* yang besar juga karena memiliki kemungkinan hutang dari *debtholders* dipindahkan kepada *shareholders* (Abdulhaq & Muhamed, 2015). Sehingga perusahaan dengan rasio *leverage* tinggi akan lebih memiliki tekanan besar dalam membayar beban kewajiban dan bunganya yang cenderung akan mengungkapkan laporan lebih sedikit (Maulana & Yuyetta, 2014). Penelitian yang telah dilakukan oleh Nur & Priantinah (2012) menemukan adanya pengaruh antara *leverage* dengan pengungkapan CSR. Hal ini berarti bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi dituntut untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas agar kinerja perusahaan terlihat bagus. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Maulana & Yuyetta (2014) dimana tidak menemukan adanya pengaruh antara *leverage* dengan pengungkapan CSR.

Ukuran perusahaan dapat menjadi faktor penentu pengungkapan tanggung jawab sosial. Ukuran besar kecilnya suatu perusahaan dapat tergambar melalui total aset yang dimiliki perusahaan pada periode berjalan. Perusahaan besar merupakan entitas yang banyak disorot oleh publik sehingga perusahaan perlu

memberikan sumbangsuhnya dalam pertumbuhan sosial dan lingkungan sekitar (Kusuma dkk, 2014). Perusahaan yang banyak disorot oleh publik akan mendorong pengungkapan CSR yang lebih untuk menjaga reputasi dan keberlangsungan perusahaannya. Penelitian yang dilakukan oleh Nur & Priantinah (2012) yang menunjukkan adanya pengaruh ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR. Hal ini berarti semakin banyak jumlah aset maka akan semakin banyak pengungkapan CSR yang akan dilakukan perusahaan. Tetapi berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dian dkk (2014) yang menunjukkan tidak adanya pengaruh ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR.

Faktor media *exposure* menunjukkan seberapa intensif perusahaan dalam menggunakan media. Ada banyak jenis media yang efektif digunakan, namun di era globalisasi ini media internet merupakan media yang sangat efektif dan efisien. Dengan media internet para pemangku kepentingan dapat dengan cepat memperoleh informasi yang dibutuhkan. Perusahaan yang memiliki intensitas lebih besar dalam menggunakan paparan media (media *exposure*) akan meningkatkan pandangan terhadap perusahaan tersebut, sehingga membuat perusahaan menjadi objek perhatian publik (Tan *et al*, 2016).

CSR merupakan salah satu strategi perusahaan untuk menarik perhatian para *stakeholders*. Menurut Tan *et al* (2016) bahwa aktivitas CSR menjadi faktor penentu dalam pengambilan keputusan untuk melakukan investasi dan penilaian terhadap pandangan kedepan perusahaan. Maka perusahaan harus melakukan cara agar para pemangku kepentingan dapat mengetahui program CSR yang dilakukan perusahaan tersebut guna meningkatkan reputasi serta menarik investor untuk menanamkan modal didalam perusahaanya.

Dengan memberikan informasi yang akurat kedalam media internet (*website*) perusahaan dapat mempengaruhi pengambilan keputusan publik dalam berinvestasi sehingga penggunaan media internet (*website*) dalam mengungkapan CSR merupakan pengkomunikasian yang efektif dalam menarik perhatian dan membangun tekanan publik. Penelitian yang telah dilakukan mengenai media *exposure* oleh Tan *et al* (2016) menunjukkan adanya pengaruh mengenai media *exposure* dengan pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan di

bawah tekanan media akan mengungkapkan CSR lebih luas. Bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur & Priantinah (2012) dimana hasil temuannya menunjukkan bahwa media *exposure* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian ini merupakan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, adapun *Gap Research* mengenai pengungkapan *corporate social responsibility* diatas terbukti masih belum konsisten dalam hasil penelitian. Hal inilah yang menjadi latar belakang peneliti untuk melakukan kembali penelitian mengenai “Ukuran Dewan Komisaris, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Media *Exposure* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.”

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini terbatas pada :

- a. Apakah Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
- b. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
- c. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
- d. Apakah Media *Exposure* berpengaruh terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang diuraikan di atas, maka penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut :

- a. Untuk menguji pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
- b. Untuk menguji pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

- c. Untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan dan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
- d. Untuk menguji pengaruh media *exposure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

I.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan literatur terkait dengan pengungkapan *corporate social responsibility* dan variabel yang mempengaruhinya. Selain itu dapat digunakan sebagai dasar penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan faktor-faktor lain terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Perusahaan

Temuan penelitian ini diharapkan dapat menimbulkan kesadaran diri bagi perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya dengan baik dan mengungkapkan CSR nya secara lebih luas sebagai bukti bahwa perusahaan memberikan kontribusi terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar untuk keberlangsungan usahanya.

2) Bagi Pemerintah

Untuk mengetahui sejauh mana pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang telah dilakukan dan pemerintah dapat mempertimbangkan suatu standar pelaporan CSR yang sesuai dengan kondisi Indonesia saat ini.

3) Bagi Investor

Untuk membantu investor mengambil keputusan dalam berinvestasi karena perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR memiliki nilai tambah di mata investor dibanding dengan perusahaan yang tidak melakukan CSR.