

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Peningkatan perusahaan yang ada di Indonesia khususnya pada masa perkembangan perekonomian ini sangatlah pesat. Industri semakin lama semakin menjamur dan saling berlomba untuk memperoleh profit yang semaksimal mungkin dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Namun di balik berlomba untuk memperoleh jumlah profit yang maksimal, perusahaan juga perlu menjalin hubungan yang erat dengan berbagai pihak di luar perusahaan, baik itu para investor, masyarakat sekitar, pemerintah serta pihak di luar perusahaan lainnya. Perusahaan dengan berbagai pihak ini sebenarnya mempunyai suatu ikatan timbal balik sehingga seluruh pihak ini memiliki kepentingan bersama dan juga memiliki hubungan saling membutuhkan. Keadaan lingkungan yang baik dan berkesinambungan dapat terwujud dengan adanya keadaan yang harmonis dan konstruktif dari kedua belah pihak.

Dari aspek perekonomian, perusahaan pastinya akan berorientasi kepada laba dan keuntungan bagi kegiatan operasi bisnisnya. Namun di aspek sosial, perusahaan juga perlu turut andil dan berkontribusi dalam menciptakan kemakmuran masyarakat serta dan lingkungan sekitarnya (Respati & Hadiprajitno, 2015).

Berkembangnya isu mengenai perusahaan yang memiliki fokus pada tanggung jawab sosial, menimbulkan pandangan mengenai dunia bisnis menjadi bergerak lebih maju. Saat ini orientasi masyarakat berpindah sehingga mengharapkan perusahaan untuk dapat lebih memberikan perhatiannya kepada kepentingan karyawan, masyarakat dan juga konsumennya. Namun dibalik itu, tentunya tetap harus memperhatikan kepentingan manajemen dan pemilik modal.

UU no 32 tahun 2009 mengenai Perlindungan & Pengelolaan Lingkungan Hidup menyebutkan bahwa kelestarian lingkungan dan lingkungan yang sehat adalah hak asasi yang harus dinikmati oleh seluruh

warga negara Indonesia. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan dapat menjalankan kewajibannya kepada lingkungan dan masyarakat sekitar dengan meminimalkan dampak lingkungan dan sosial dari aktivitas operasinya.

Isu terkait dengan kualitas udara, keamanan produk, limbah sisa produksi, berkurangnya sumber daya, hak serta kewajiban karyawan kembali menjadi isu yang menarik dari berbagai pihak, baik itu masyarakat sekitar perusahaan, para investor, pembuat regulasi dan kreditur (Anin, Anindito, & Ardiyanto, 2021). Perusahaan terus-menerus menerima desakan dari pihak-pihak ini untuk ikut bertanggungjawab atas masalah lingkungan dan sosial yang kerap kali terjadi. Pemberitaan yang berhubungan dengan masalah lingkungan serta meningkatnya kepedulian masyarakat akan isu ini menjadikan perusahaan terdorong untuk melaksanakan CSR *disclosure* dengan jangkauan yang lebih banyak dan menyeluruh (Anin, Anindito, & Ardiyanto, 2021). Kepedulian perusahaan untuk melakukan pengungkapan sosial ini secara umum diketahui sebagai *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan.

Orientasi/sudut pandang mengenai tanggung jawab atas lingkungan telah bergerak dari semula berorientasi kepada *single bottom line*, kini telah berubah menjadi *triple bottom line* (Pakpahan & Rajagukguk, 2018). Perusahaan saat ini bukan lagi berorientasi kepada laba (*profit*) saja, namun harus memiliki tanggungjawab dan kontribusi kepada masyarakat (*people*) serta berkontribusi atas lingkungan yang baik bagi kehidupan masyarakat disekitarnya (*planet*). Perusahaan dituntut untuk berlaku adil dalam memenuhi tanggungjawabnya kepada *profit, people, planet*. Perusahaan saat ini tidak dinilai hanya berdasarkan pencapaian kinerja keuangannya dengan memaksimalkan perolehan laba, namun perusahaan dapat dikatakan baik apabila memiliki perhatian dan tanggung jawab atas kegiatan operasional perusahaannya sehingga dapat memberikan dampak langsung kepada keadaan lingkungan sekitar perusahaan tersebut berdiri.

Pelaksanaan pelaporan kegiatan tanggung jawab sosial oleh entitas

berlandaskan kepada dasar hukum yaitu: 1) UU no 40 thn 2007 mengenai PT (Perseroan Terbatas), 2) PP no 47 thn 2012 mengenai Tanggung Jawab Sosial & Lingkungan PT (Perseroan Terbatas), 3) UU no 32 thn 2009 mengenai Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Dimana dalam undang-undang no 40 thn 2007 mendorong untuk turut melaksanakan tanggung jawab sosial kepada seluruh perusahaan dengan sektor usaha yang menggunakan sumber daya alam. Pengungkapan pelaksanaan CSR perusahaan seperti tertulis dalam Peraturan Pemerintah no 47 thn 2012 pasal 6 harus tercantum di dalam *annual report* dan harus dilaporkan di Rapat Umum Pemegang Saham. Dalam undang-undang no 32 thn 2009 pasal 68 dinyatakan informasi yang berkaitan dengan bagaimana melindungi dan mengelola lingkungan hidup harus disajikan dengan cermat, kredibel, dan tepat pada waktunya (Rachmawati Y. , 2015).

Walaupun telah terdapat landasan hukum dan peraturan yang turut mengawasi mengenai praktik dan pengungkapan CSR, namun nyatanya praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia masih sangat beragam (Anin, Anindito, & Ardiyanto, 2021). Terdapat perusahaan dengan kinerja CSR yang baik dan melakukan pengungkapan atas kinerja tersebut, namun banyak juga yang melakukan pelanggaran terkait dengan praktik maupun pelaporan CSR. Dari fakta ini, diketahui bahwa ternyata dasar hukum saja tidak cukup dalam memberikan motivasi bagi perusahaan untuk melaksanakan implementasi CSR dengan baik. Disamping itu, perlu juga ada komitmen serta kerjasama dari berbagai pihak untuk menjadikan isu lingkungan dan sosial menjadi salah satu hal terpenting dan turut menjadi strategi bisnis yang dilakukan perusahaan.

Menurut *research* yang telah dilaksanakan oleh *National University of Singapore* tentang pemahaman perusahaan akan pengungkapan CSR di 4 negara yaitu Singapura, Malaysia, Thailand, dan Indonesia pada tahun 2016. Menyatakan bahwa, Indonesia memperoleh

peringkat ke-3 dengan nilai pengungkapan CSR 48.4. Dimana Thailand berhasil menempati peringkat ke-1 dengan perolehan 56.8, disusul Singapura di posisi ke-2 dengan perolehan 48.8, dan di peringkat terakhir ada Malaysia dengan perolehan 47.7 (Suastha, 2016).

Menurut (Novellino, 2021) yang dikutip dari situs resmi cnnindonesia terdapat total 63 perusahaan di kawasan Solo Raya yang terbukti melakukan pembuangan limbah langsung ke sungai Bengawan Solo yang menyebabkan terjadinya pencemaran sungai di daerah tersebut. Terdapat 4 perusahaan yang terancam pidana karena telah mengabaikan sanksi administratif yang dilayangkan Dinas Lingkungan Hidup dan Kehutanan Provinsi Jawa tengah. Dari kasus ini, Plt Kepala DLHK Provinsi Jawa Tengah mengharapkan perusahaan yang melakukan kegiatan bisnis di sekitar bantaran sungai untuk merealisasikan kegiatan CSR-nya untuk pengadaan instalasi pengolahan air limbah (IPAL).

Pencemaran lingkungan yang dilakukan oleh PT. Greenfields Indonesia pada Januari 2020. PT. Greenfields diketahui melakukan pencemaran kali Genjonang, Kabupaten Blitar dengan memaksakan menggunakan lahan terapan yang hanya 100 hektar, padahal secara ideal seharusnya Greenfields seharusnya menggunakan lahan sebesar 1.000 hektar. Sehingga pembuangan limbah kotoran ternak dialirkan ke sungai dan mengakibatkan adanya pencemaran sungai. Menurut DHL Provinsi Jawa Timur, seharusnya PT. Greenfields melakukan *review* atas skema pengelolaan limbahnya. Sehingga dapat diketahui besaran limbah yang ideal dan dapat dibuang ke lingkungan, sisanya harus dilakukan pengolahan sehingga tidak mencemari lingkungan (Arif, 2021).

Kasus pencemaran lingkungan yang melibatkan perusahaan juga terjadi di daerah Bekasi, Jawa Barat. Dimana diketahui bahwa telah terjadi kerusakan pada pipa gas dan minyak sehingga menyebabkan adanya kebocoran, diakibatkan oleh salah satu proyek Pertamina yaitu Pertamina Hulu Energi Offshore North West Java (PHE ONWJ). Imbas dari kasus ini, para nelayan kehilangan mata pencaharian karena kebocoran gas dan minyak ini mempengaruhi kualitas air laut dan habitat yang hidup di

dalamnya (Wijaya, 2019).

Fenomena-fenomena yang terjadi dan telah dijabarkan di atas, dapat memberikan penjelasan bahwa perusahaan yang berdiri di Indonesia memiliki kesadaran terhadap lingkungan yang rendah, ditandai dengan lingkungan yang rusak dan tercemar karena kegiatan bisnis yang dijalankan oleh beberapa perusahaan di Indonesia.

Saat ini, masyarakat cenderung akan menggunakan teknologi untuk memperoleh informasi, sehingga perusahaan yang melakukan publikasi atas pengungkapan sosial dan lingkungannya akan menggunakan bantuan dari media atau biasa disebut sebagai *media exposure*. Menurut (Rheadanti, 2017), Perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR membutuhkan bantuan dari media dalam bentuk *media exposure*. Dimana media memiliki peran untuk menjadi sumber daya bagi perusahaan dalam penyampaian informasi yang ditujukan kepada masyarakat umum. Penggunaan media sebagai alat bantu publikasi ini dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan *awareness* masyarakat atas kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Peranan media bukan hanya merupakan peranan yang pasif, namun juga berperan aktif dalam rangka penyampaian berita dan *history* pelaporan perusahaan serta berperan pula dalam memberikan gambaran atas nilai-nilai yang dijalankan oleh perusahaan.

Media exposure ini dapat dilakukan dengan berbagai media. Biasanya perusahaan melakukan pengungkapan CSR menggunakan media koran. Namun karena teknologi dan sosial media yang terus berkembang saat ini, perusahaan lebih memilih untuk melakukan pengungkapan CSR dengan bantuan dari media internet (*website*). Media internet adalah media yang terbilang cukup efektif untuk dijadikan alat bantu publikasi karena penggunaannya yang semakin meningkat serta kemudahan dalam mengakses segala informasi hanya dengan satu alat yang pasti dimiliki oleh sebagian besar masyarakat. Melalui bantuan dari media-media ini, pelaporan dan pengkomunikasian kegiatan CSR perusahaan diharapkan dapat menjangkau seluruh masyarakat. Beberapa penelitian terdahulu yang telah berhasil menyatakan bahwa *media exposure* memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap pengungkapan CSR adalah (Respati & Hadiprajitno, 2015), (Pakpahan & Rajagukguk, 2018), (Hasnia & Rofingatun, 2017). Dan penelitian terdahulu yang menyimpulkan bahwa media exposure tidak berpengaruh secara signifikan terhadap CSR *Disclosure* adalah (Widiastuti, Utami, & Handoko, 2018), (Rachim, Fahria, & Darmastuti, 2021), (Andreas & Chang, 2021).

Environmental Performance atau kinerja yang dilakukan oleh perusahaan guna menciptakan lingkungan yang baik dan *sustainable*. Menurut (Purnomo & Widianingsih, 2012), dalam upaya untuk meningkatkan aktivitas tanggungjawab sosial perusahaan, PROPER yang diselenggarakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. Program ini dilakukan dalam upaya mendorong perusahaan melakukan peningkatan kinerja lingkungannya dengan mekanisme yang dilakukan oleh perusahaan dengan sukarela demi menggabungkan antara perhatian terhadap lingkungan ke dalam hubungannya dengan *stakeholders*. Di dalam kinerja lingkungan yang dilakukan, perusahaan berusaha untuk menciptakan lingkungan yang baik di tengah kegiatan perekonomiannya. Kinerja lingkungan akan tercapai apabila tindakan manajemen lingkungan dapat dilakukan oleh perusahaan secara aktif dan berkelanjutan. Jika perusahaan sudah dapat menghasilkan kinerja atas lingkungan yang baik, dapat memberikan pengaruh yang baik terhadap *value* perusahaan di mata publik. Penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *Environmental Performance* berpengaruh secara signifikan terhadap CSR *Disclosure*, yaitu (Rachmawati & Achmad, 2012), (Bahri & Cahyani, 2016). Sedangkan peneliti yang menyatakan *environmental performance* memiliki pengaruh tidak signifikan adalah (Purnomo & Widianingsih, 2012) (Anin, Anindito, & Ardiyanto, 2021).

Umur Perusahaan merupakan salah satu karakteristik perusahaan. Umur Perusahaan adalah suatu indikator yang dapat menunjukkan eksistensi perusahaan di mata umum. Menurut (Arjanggie & Zulaikha, 2015), umur perusahaan merupakan pembuktian mengenai apa yang sudah dan akan diraih oleh perusahaan. Sedangkan menurut (Arikarsita &

Wirakusuma, 2020) sebuah perusahaan memiliki umur yang tidak terbatas dan di sesuaikan dengan asumsi *going concern* yang harus dilalui oleh perusahaan. Sehingga umur perusahaan bukan dinilai dari besaran angka yang mutlak, namun dihitung dari kemampuan perusahaan dalam bersaing dan bagaimana mereka menghasilkan *output* yang dapat terus menurus digunakan oleh konsumen. Penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa Umur Perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap *CSR Disclosure* adalah (Nasir, Kurnia, & Hakri, 2013), (Santioso & Devona, 2012). Sedangkan peneliti yang menyatakan Umur Perusahaan tidak signifikan adalah (Santioso & Devona, 2012); (Oktariani, 2013).

Berdasarkan beberapa fenomena dan *gap research* yang telah dijabarkan sebelumnya, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian mengenai hal-hal apa yang menjadi faktor pendukung pengungkapan CSR oleh perusahaan, yaitu *media exposure*, *environmental performance*, dan umur perusahaan. Motivasi yang menjadi landasan mengapa peneliti melakukan penelitian ini ialah karena saat ini pengungkapan CSR merupakan suatu hal yang dijadikan *concern* bagi berbagai pihak, namun sesuai kondisi di lapangan, ternyata masih banyak perusahaan yang mengabaikan hal ini. Ditambah lagi, masih terdapat banyak perusahaan yang berkontribusi dalam pencemaran dan pengrusakan lingkungan karena aktivitas operasi bisnisnya. Hal ini membuktikan bahwa kesadaran akan praktik CSR dan *CSR Disclosure* di perusahaan terbilang cukup rendah, padahal dengan melakukan *CSR Disclosure*, perusahaan dapat memperoleh citra yang baik dan mempertahankan konsep *sustainability* perusahaan.

I.2. Perumusan Masalah

Dari pemaparan latar belakang di atas, dapat disusun rumusan permasalahan dari penelitian ini yaitu :

- a. Apakah *Media Exposure* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *CSR Disclosure*?
- b. Apakah *Environmental Performance* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *CSR Disclosure*?
- c. Apakah Umur Perusahaan berpengaruh signifikan dan positif secara terhadap *CSR Disclosure*?

I.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan perumusan masalah di atas, tujuan yang ingin diperoleh dari penelitian ini yaitu :

- a. Untuk menganalisis pengaruh dari *Media Exposure* terhadap *CSR Disclosure*
- b. Untuk menganalisis pengaruh dari *Environmental Performance* terhadap *CSR Disclosure*
- c. Untuk menganalisis pengaruh dari Umur Perusahaan terhadap *CSR Disclosure*

I.4. Manfaat Hasil Penelitian

Hasil yang diperoleh dari dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terbagi atas dua aspek, yaitu sebagai berikut :

- a. Aspek Teoritis

Peneliti berharap dapat turut berkontribusi dalam memberikan manfaat berupa pengetahuan, wawasan baru, serta dapat dijadikan bahan untuk penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang memiliki hubungan dengan akuntansi dan CSR. Selain itu, diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi pembaca mengenai aspek pelaporan *Corporate Social Responsibility*.

b. Aspek Praktis

1. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi cerminan untuk memperluas hasil penelitian yang akan dilakukan di kemudian hari dan dapat menjadi bahan untuk memperluas wawasan khususnya wawasan di bidang pengungkapan CSR.

2. Bagi Perusahaan

Peneliti berharap hasil penelitian dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen, khususnya dalam menyajikan laporan CSR-nya. Sehingga perusahaan dapat mengetahui faktor-faktor yang dapat menjadi pengaruh atas pelaporan CSR perusahaan.

3. Bagi Investor

Peneliti berharap hasil penelitian dapat dijadikan referensi untuk mengembangkan pemahaman bagi investor dalam melakukan investasinya di perusahaan, khususnya dalam perusahaan yang mendaftarkan diri dalam Bursa Efek Indonesia (BEI). Kemudian, diharapkan dapat wawasan bagi investor potensial yang ingin mempelajari lebih dalam mengenai CSR.

4. Bagi Pemerintah

Penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi pemerintah apabila ingin memperbaharui atau memperbaiki regulasi yang berkaitan dengan pelaporan tanggung jawab sosial.