

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dunia bisnis pada saat ini berkembang sangat pesat, sehingga timbul persaingan yang ketat antar perusahaan. Dengan adanya persaingan tersebut aktivitas kegiatan perusahaan pun meningkat. Aktivitas yang dilakukan perusahaan sangat berpengaruh terhadap lingkungan sekitar, salah satunya kerusakan lingkungan. Kerusakan lingkungan yang terjadi merupakan dampak dari penggunaan sumber daya yang berlebihan. Ketika perusahaan berupaya meningkatkan laba, terkadang perusahaan lupa untuk memperhatikan dampak yang akan terjadi. Untuk itu perusahaan perlu mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat sekitar. Selain itu juga untuk memuaskan para *stakeholder*-nya yang memiliki pengaruh penting terhadap keberlangsungan suatu perusahaan.

Berdasarkan kegiatannya perusahaan dibedakan menjadi tiga, yaitu perusahaan manufaktur, perusahaan dagang dan perusahaan jasa. Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang memiliki kegiatan seperti mengolah bahan dasar menjadi barang yang siap dijual. Perusahaan manufaktur terbagi menjadi 3 sektor yaitu Sektor Industri Barang Konsumsi, Sektor Industri Dasar & Kimia dan Sektor Aneka Industri (Maharesti, 2018).

Menurut Tista dan Putri (2020) *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu bentuk tanggung jawab perusahaan atas aktivitas organisasi yang dilakukan terhadap pihak yang terkena dampak. Konsep mengenai CSR berakar dari sebuah gagasan, dimana perusahaan tidak lagi dikemukakan pada tanggung jawab yang berpedoman pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan, tetapi perusahaan juga harus berpedoman pada *triple bottom lines*, yaitu memperhatikan masalah lingkungan dan sosial sekitar (Budiman, 2015).

Di Indonesia, pelaporan *corporate social responsibility* yang telah terakomodasi dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 Tahun 2013 tentang Penyajian Laporan Keuangan paragraf 12 yang menyatakan bahwa: “Perusahaan dapat menyajikan laporan tambahan seperti laporan tentang lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi perusahaan industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peran yang sangat penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.” Hal-hal yang berkaitan dengan pentingnya CSR juga telah diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan di Indonesia. Diantaranya Undang-Undang R.I. No. 40 Tahun 2007 pasal 74 ayat (1) yang menjelaskan “Suatu perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan di sekitarnya.”

Dengan adanya PSAK no. 1 tersebut, perusahaan diharapkan memiliki kesadaran dan bertanggung jawab atas lingkungan sekitar terutama perusahaan industri yang meninggalkan limbah, karena limbah yang tidak diolah terlebih dahulu secara tidak langsung akan mencemari lingkungan dan akan berdampak pada kehidupan masyarakat sekitar (Farida, dkk (2017) dalam Permadiwara, ketut yoga & Sujana, (2018)).

Pada tahun 2016 Riset *Centre for Governance, Institutions, and Organizations National University of Singapore (NUS) Business School* memaparkan rendahnya pemahaman perusahaan terhadap praktik CSR. Riset tersebut dilakukan pada 100 perusahaan di empat negara yakni Indonesia, Malaysia, Singapura dan Thailand. Riset itu memaparkan Thailand menjadi negara dengan kualitas implementasi CSR paling tinggi dengan nilai 56,8 dari total 100, sementara Singapura mendapatkan 48,8. Indonesia dan Malaysia sendiri masing-masing mendapatkan nilai 48,4 dan 47,7. Kriteria penilaian kualitas tersebut diambil berdasarkan jumlah indikator dari kerangka Global Reporting Initiative (GRI) (*Riset Temukan Kualitas CSR Perusahaan Indonesia Rendah*, n.d.).

Terdapat beberapa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*, seperti profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajemen, media *exposure*, kepemilikan institusional, dan ukuran dewan komisaris. Profitabilitas merupakan *presentase* yang digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan sanggup menghasilkan laba dalam kurun waktu tertentu (Fauziah & Asyik, 2019). Jika

suatu perusahaan mempunyai tingkat profitabilitas yang tinggi, hal tersebut menjelaskan bahwa perusahaan memiliki pengelolaan manajemen yang baik. Sehingga, suatu perusahaan akan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* secara luas (Pakpahan & Rajagukguk, 2018). Tujuan dilakukannya kegiatan pengungkapan CSR yaitu sebagai salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan dalam melaporkan aktivitas *corporate social responsibility* kepada para *stakeholder*-nya (Maharesti, 2018).

Beberapa peneliti yang telah melakukan penelitian tentang pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* hasilnya berbeda-beda, ada yang menunjukkan pengaruh positif dan ada yang menunjukkan tidak berpengaruh. Hasil penelitian (Fitriana, 2019; Latifah, Sri Wahjuni; Ruroh, 2018; Permadiswara, ketut yoga & Sujana, 2018; Putri & Gunawan, 2019; Wahyuningsih & Mahdar, 2019) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan (Fauziah & Asyik, 2019; Romadhona & Wibowo, 2020; Rosyadi, 2015; Wulandari & Sudana, 2018; Yovana & Kadir, 2020) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*, yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang berfungsi untuk menggolongkan besar kecilnya suatu entitas bisnis yang sedang dijalankan dan sebagai penentu terhadap luasan aspek yang dapat dijangkau dalam pengungkapan *corporate social responsibility*

(Yovana & Kadir, 2020). Besar kecilnya suatu perusahaan dapat diamati dari total aset yang dimiliki (Fauziah & Asyik, 2019). Besar kecilnya perusahaan akan sangat berpengaruh terhadap aktivitas yang dijalankan oleh suatu organisasi. Organisasi perusahaan yang mempunyai skala ukuran yang lebih besar akan melakukan aktivitas produksi yang besar pula, sehingga dampak lingkungan yang terjadi akibat dari proses produksi ini juga akan sangat besar pengaruhnya terhadap lingkungan. Sebaliknya, jika organisasi perusahaan dengan skala ukuran yang lebih kecil akan melakukan aktivitas produksi yang lebih sedikit pula, sehingga dampak yang ditimbulkan bagi lingkungan tidak sebesar dampak yang dihasilkan oleh perusahaan yang berskala besar (Maharesti, 2018).

Beberapa peneliti yang telah melakukan penelitian tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* hasilnya berbeda-beda, ada yang menunjukkan pengaruh positif dan ada yang menunjukkan tidak berpengaruh. Hasil penelitian (Latifah, Sri Wahjuni; Ruroh, 2018; Permadiswara, ketut yoga & Sujana, 2018; Prasethiyo, 2017; Romadhona & Wibowo, 2020; Wahyuningsih & Mahdar, 2019; Widiastuti et al., 2018; Yovana & Kadir, 2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan hasil penelitian (pradnyani & sisidyani, 2015; Rosyadi, 2015; Yasmien & Muslih, 2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu kepemilikan manajemen. Kepemilikan manajemen merupakan *presentase* kepemilikan saham pihak manajemen seperti direksi, manajer dan dewan komisaris yang secara aktif ikut berpartisipasi dalam pengambilan keputusan (Wahidawati (2002) dalam Adiputri Singal & Wijana Asmara Putra (2019)). Menurut Sembiring (2005) dalam Rani dan Sari (2015) kepemilikan manajemen mendapatkan profit khusus atas biaya *corporate social responsibility* dari pemegang saham lainnya, struktur kepemilikan modal harus memegang peranan dalam penetapan jumlah biaya pengeluaran untuk kegiatan CSR. Semakin banyak tingkat kepemilikan saham manajemen, maka semakin banyak pula tuntutan untuk melaksanakan program CSR. Dengan demikian banyak kepemilikan saham manajemen sangat berdampak terhadap pengungkapan program CSR agar dapat tetap bertahan (Rani dan Sari, 2015).

Beberapa peneliti yang telah melakukan penelitian tentang pengaruh kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* hasilnya berbeda-beda. Hasil dari penelitian (Adiputri Singal & Wijana Asmara Putra, 2019; Wulandari & Sudana, 2018) menyatakan bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan hasil penelitian (Indraswarawati, Sang A.P; Juliantari, 2020; Permadiswara, ketut yoga & Sujana, 2018; Putri & Gunawan, 2019) menyatakan bahwa kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Faktor keempat yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu *media exposure*. *Media exposure* merupakan suatu kegiatan perusahaan yang diliput atau dipublikasikan oleh media dalam hal aktivitas sosial dan lingkungan (Widiastuti et al., 2018). Dengan adanya kegiatan tersebut, secara tidak langsung dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat (Muliawati & Hariyati, 2021). Media memiliki peran yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan *stakeholder*-nya. Dalam tahun terakhir ini, komunikasi CSR banyak dilakukan melalui *website*. Hal ini dikarenakan faktor globalisasi, yaitu kemajuan teknologi. Dengan adanya kemajuan teknologi tersebut, perusahaan harus mengungkapkan aktivitas perusahaan tidak hanya di media cetak tetapi juga di media internet (Pakpahan & Rajagukguk, 2018). Menurut (Harmoni et al., 2012), menggunakan web sebagai media komunikasi memiliki beberapa keuntungan, yaitu ketepatan waktu, aksesibilitas, presentasi dan organisasi, dan interaksi. Pemberitaan di media sangat mendorong publik untuk mempengaruhi *stakeholder* terhadap reputasi perusahaan. Dinamika yang dimiliki antara *stakeholder* dengan pemberitaan di media mempunyai dampak yang penting terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* secara sukarela (Dawkins dan Fraas (2011) dalam Citra Pratiwi & Fitria Sari, (2018)).

Beberapa hasil peneliti yang telah melakukan penelitian tentang pengaruh *media exposure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* hasilnya berbeda-beda. Dari hasil penelitian (Darma et al.,

2019; Hasibuan et al., 2020; Pakpahan & Rajagukguk, 2018; Permadiswara, ketut yoga & Sujana, 2018; Rosyadi, 2015) menyatakan bahwa media *exposure* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan menurut penelitian (Indraswarawati, Sang A.P; Juliantari, 2020; Prasethiyo, 2017; Septianingsih & Muslih, 2019; Widiastuti et al., 2018) menyatakan bahwa media *exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Faktor kelima yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu kepemilikan institusional. Kepemilikan institusional merupakan saham yang dimiliki oleh pihak institusi atau suatu lembaga (Oktavila & NR, 2019). Pemegang saham institusional juga mempunyai peluang, sumber daya dan keahlian untuk mengkaji kinerja dan tindakan manajemen (Wartina, Prima Apriweni, 2018). Semakin besar kepemilikan saham institusional, maka pemilik saham dapat meminta manajemen perusahaan untuk menungkapkan laporan tahunan secara transparan dengan cara mengungkapkan informasi sosialnya sebagai bentuk tanggung jawab kepada pemegang saham dan masyarakat. Tujuan dilakukannya pengungkapan laporan tahunan secara transparan, yaitu agar memperoleh kepercayaan dari para *stakeholder* (Adiputri Singal & Wijana Asmara Putra, 2019).

Beberapa peneliti yang telah melakukan penelitian tentang pengaruh kepemilikan institusional terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* hasilnya berbeda-beda. Hasil penelitian yang telah dilakukan

(Adiputri Singal & Wijana Asmara Putra, 2019; Fitriana, 2019; Yani & Suputra, 2020) menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan hasil penelitian (Handayati, 2017; Putri & Gunawan, 2019; Wartina, Prima Apriweni, 2018) menyatakan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Faktor keenam yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu ukuran dewan komisaris. Dewan komisaris merupakan pemangku pemegang saham perusahaan yang berbadan hukum perseroan terbatas (Ayu et al., 2013). Dewan komisaris memiliki kekuasaan yang besar dalam suatu perusahaan. Semakin banyak anggota dewan komisaris, maka semakin luas tanggung jawab sosial yang dilaporkan oleh perusahaan (Putri & Gunawan, 2019). Dewan komisaris memiliki tugas yaitu sebagai pengawas dan bertanggung jawab terhadap pelaksanaan strategi perusahaan termasuk program CSR.. Tujuan dilakukannya pengawasan, yaitu untuk melihat organisasi tersebut dijalankan sesuai dengan maksud dan tujuan perseroan atau tidak selain itu juga untuk kepentingan perseroan (Yassmien & Muslih, 2020).

Beberapa peneliti yang telah melakukan penelitian tentang pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* hasilnya berbeda-beda. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan (Handayati, 2017; Oktavila & NR, 2019; Pakpahan & Rajagukguk, 2018; pradnyani & sisidyani, 2015; Putri & Gunawan, 2019) menyatakan

bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan menurut peneliti (Fauziah & Asyik, 2019; Sukasih & Sugiyanto, 2017; Yasmien & Muslih, 2020) menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian (Permadiswara, ketut yoga & Sujana, 2018) yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajemen dan Media Exposure Pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”. Penelitian terdahulu perlu diteliti kembali dengan alasan sampel akhir yang digunakan pada penelitian tersebut sedikit yaitu 66 perusahaan. Dalam penelitian ini menambahkan 2 variabel independen yaitu variabel kepemilikan institusional dan variabel ukuran dewan komisaris, perusahaan yang akan diteliti dan periode penelitian juga berbeda dari penelitian terdahulu. Kepemilikan institusional dan ukuran dewan komisaris dalam penelitian ini dijadikan sebagai variabel independen karena dengan adanya penambahan kepemilikan saham institusional dan dewan komisaris dapat meningkatkan pengungkapan *corporate social responsibility* secara luas dengan tujuan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada para *stakeholder*-nya.

Penelitian ini menarik dilakukan karena untuk memverifikasi ulang hasil penelitian terdahulu yang berbeda-beda. Penelitian tentang CSR penting dilakukan karena masih banyak perusahaan yang belum paham terkait praktik CSR sesuai dengan fakta fenomena yang terjadi. Berdasarkan uraian diatas

dengan adanya *research gap* dari penelitian-penelitian terdahulu, maka penelitian ini mengangkat judul “**Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajemen, Media Exposure, Kepemilikan Institusional dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industrials yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Periode 2018-2020).**”

B. PERUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah penelitian yang didasarkan pada latar belakang sebelumnya, tertuang dalam pertanyaan berikut ini:

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industrials yang terdaftar di BEI periode 2018-2020 ?
2. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industrials yang terdaftar di BEI periode 2018-2020 ?
3. Apakah Kepemilikan Manajemen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industrials yang terdaftar di BEI periode 2018-2020 ?
4. Apakah Media *Exposure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industrials yang terdaftar di BEI periode 2018-2020 ?

5. Apakah Kepemilikan Institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industrials yang terdaftar di BEI periode 2018-2020 ?
6. Apakah Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industrials yang terdaftar di BEI periode 2018-2020 ?

C. PEMBATASAN MASALAH

1. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur sektor industrials yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020.
2. Penelitian ini hanya berfokus meneliti pengaruh Profitabilitas (X1), Ukuran Perusahaan (X2), Kepemilikan Manajemen (X3), Media *Exposure* (X4), Kepemilikan Institusional (X5), dan Ukuran Dewan Komisaris (X6) terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Y).

D. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diajukan dalam penelitian ini, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan Manufaktur Sektor Industrials di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.
2. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan Manufaktur Sektor Industrials di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.

3. Untuk menganalisis pengaruh kepemilikan manajemen terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan Manufaktur Sektor Industrials di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.
4. Untuk menganalisis pengaruh media *exposure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan Manufaktur Sektor Industrials di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.
5. Untuk menganalisis pengaruh kepemilikan institusional terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan Manufaktur Sektor Industrials di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.
6. Untuk menganalisis pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan Manufaktur Sektor Industrials di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.

E. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi, yang nantinya dapat memberikan perbandingan pada penelitian selanjutnya. Sehingga keputusan yang dilakukan tidak menemui kekeliruan dan tepat sasaran.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *corporate social responsibility*.