

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Pada era globalisasi menyebabkan perkembangan dunia bisnis atau perusahaan berkembang sangat pesat dan semakin ketatnya persaingan antara perusahaan, sehingga mendorong perusahaan bekerja secara maksimal dalam mencapai tujuannya. Perusahaan tidak hanya mementingkan profit dan kegiatan produksi tetapi juga harus memerhatikan lingkungan sekitarnya. Hal tersebut membuat perusahaan wajib bertanggungjawab atas segala aktivitas perusahaan (Permadiswara, 2018). Salah satu negara yang menarik perhatian dunia adalah Indonesia dalam bidang pengelolaan lingkungan, besarnya kerusakan lingkungan yang terjadi saat ini mengharuskan bisnis untuk menunjukkan komitmen yang lebih besar terhadap lingkungan dan masyarakat. Sebagai upaya kepedulian dan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial atau yang disebut dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* (Juliantari, 2020).

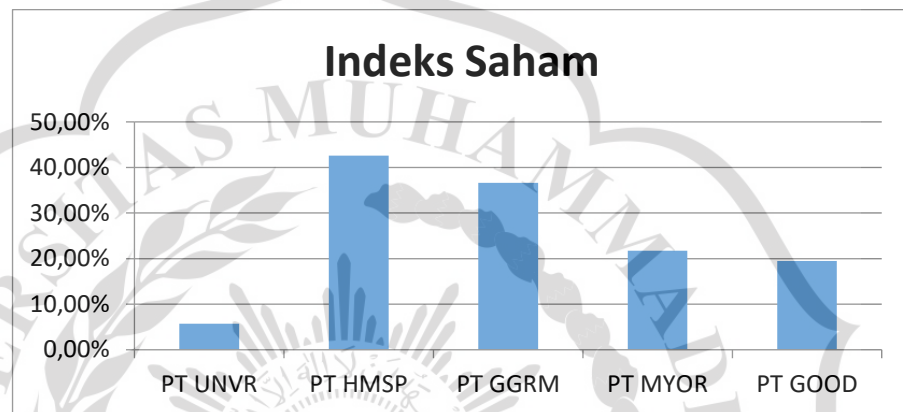
Kewajiban sosial atas dampak semua tindakan perusahaan terhadap kesejahteraan lingkungan dan masyarakat dikenal dengan istilah tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) (Pramono, 2018). Ada banyak cara untuk bertanggung jawab, seperti berpartisipasi dalam upaya pelestarian lingkungan, menggunakan energi dengan lebih bijak, mendukung kesehatan dan keselamatan pekerja, melatih karyawan, meningkatkan

kesejahteraan masyarakat, dan menyumbangkan uang untuk pemeliharaan infrastruktur publik (Fitriana, 2019). Krisis ekonomi dan era digital yang melahirkan semangat baru, transparansi, dan kesadaran sosial, menjadi katalisator kebangkitan isu tanggung jawab sosial. Diharapkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) akan memungkinkan manajemen perusahaan untuk secara terbuka mengakui tanggung jawab sosial perusahaan atas inisiatif sosialnya (Hotria, 2018).

Tanggung jawab sosial diatur dalam Undang-Undang No. 40 Pasal 74 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, di mana ayat tersebut menjelaskan semua perusahaan di industri sumber daya alam akan memenuhi kewajiban atas lingkungan maupun sosial mereka untuk melaporkannya ke laporan tahunan. Laporan keuangan tahunan merupakan alat informasi bagi para *stakeholders* untuk mengevaluasi kinerja perusahaan. Investor dapat membuat keputusan jangka panjang berdasarkan laporan keuangan tahunan (Yanti, 2021). Dengan informasi laporan keuangan diharapkan perusahaan dapat memenuhi kebutuhan informasi dan menerima dukungan dari pihak yang berkepentingan sehingga dapat berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan. Maka dengan menerapkan tanggung jawab sosial, citra perusahaan akan lebih baik sehingga pelanggan semakin meningkat (Anam, 2021).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* telah dikembangkan di Indonesia yaitu *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI adalah organisasi yang menjadi pionir dalam pengembangan

pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Wartyna, 2018). Standar GRI yang digunakan adalah GRI G4, di mana standar GRI G4 membahas faktor ekonomi, sosial, dan lingkungan termasuk hak asasi manusia, lingkungan, praktik ketenagakerjaan, tanggung jawab produk, dan tempat kerja, serta faktor sosial (Edison, 2017).



Gambar 2.1 Indeks Saham

Fenomena yang terjadi pada tahun 2019 yaitu indeks saham sektor barang konsumsi (*consumer goods*) mengalami penurunan, Dari sisi pasar saham analis Oso Sekuritas Sukarno Alatas mengatakan penurunan tersebut muncul antara lain dari saham PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) yang turun 5,73% selama 2019, saham PT HM Sampoerna Tbk (HMSP) merosot 42,59%, saham PT Gudang Garam Tbk (GGRM) melamah 36,62%, saham PT Mayora Indah Tbk (MYOR) turun 21,76% dan saham PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD) yang melemah 19,47% di sepanjang 2019. Akibat prospek kenaikan cukai, indeks saham melemah. Tetapi kenaikan komoditas pertanian juga berkontribusi secara tidak langsung menyebabkan lebih banyak konsumsi. William Siregar, Analis BNI Sekuritas, menilai sektor barang konsumsi masih akan menghadapi

kesulitan yang cukup signifikan pada 2020. Masalahnya, inflasi akan lebih tinggi dari perkiraan. Kenaikan cukai hasil tembakau, kenaikan iuran BPJS, dan kenaikan tarif tol multipel digunakan untuk memperkirakan kenaikan inflasi (kontan.co.id).

Fenomena kedua yang terjadi pada tahun 2019 yaitu 47 bisnis dari 114 industri industri di Jakarta berkontribusi terhadap pencemaran lingkungan. Menurut Badan Lingkungan Hidup DKI, perusahaan dilaporkan menjalankan cerobong asap di ibu kota negara. Industri dikenakan sanksi dari Badan Lingkungan Hidup DKI apabila melanggar Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Nomor 2 Tahun 2013 tentang Pedoman Penggunaan Sanksi Administratif di Bidang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Peringatan tertulis, tekanan pemerintah, pembekuan izin lingkungan, dan/atau izin pengelolaan dan perlindungan lingkungan, merupakan contoh hukuman. Sanksi tambahan berupa pencabutan izin lingkungan atau izin perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup.

Di Jakarta, dilaporkan ada sekitar 1.150 cerobong asap industri, menurut Dinas Lingkungan Hidup DKI. Operasi industri ini biasanya memiliki banyak cerobong asap. Pengawas lingkungan sering memantau kepatuhan industri terhadap aturan lingkungan. Masyarakat umum berhak mengajukan pengaduan atas klaim bahwa industri mencemari lingkungan. Pengawasan pemerintah mencakup lebih dari sekedar memastikan bahwa cerobong emisi gas buang memenuhi kriteria kualitas. Namun demikian,

ada persyaratan teknologi lain untuk lingkungan. Aksesibilitas fasilitas pengolahan air limbah perumahan, pengelolaan limbah berbahaya dan beracun (B3), dan kepatuhan terhadap pelaporan tindakan pengendalian lingkungan (www.suara.com).

Faktor yang dapat mempengaruhi *corporate social responsibility* yaitu kepemilikan institusional. Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan mayoritas oleh institusi suatu perusahaan seperti (bank, asuransi, perusahaan investasi, dan sebagainya). Kepemilikan Institusional mempunyai arti untuk mencegah terjadinya fraud yang akan dilakukan oleh manajemen. Kepemilikan institusional berkaitan dalam memicu pengawasan yang meningkat agar tanggungjawab sosial perusahaan lebih efisien (Patmawati, 2020). Pada kepemilikan institusional, manajer mempromosikan dan mendukung strategi lingkungan perusahaan untuk memuaskan *Stakeholder* dalam meningkatkan hubungan bisnis sehingga perlu adanya tuntutan sosial dan politik lingkungan di samping masalah bisnis (Patmawati, 2020).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Nugroho & Yulianto (2015), Mesrawati (2020), dan Patmawati (2020) menemukan bahwa kepemilikan institusional mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR karena manajemen perusahaan berada di bawah tekanan lebih untuk melaporkan tanggung jawab sosial semakin banyak. Namun berbeda dengan penelitian Putri (2017), Ismainingtyas (2020) dan Yani (2020)

yang menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh negatif pada pengungkapan *corporate social responsibility*.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang diukur dengan mengetahui total aktiva yang dimiliki perusahaan tersebut. Perusahaan besar akan memiliki keuntungan yang besar, nilai buku yang besar, dan kapitalisasi pasar yang besar (Rukmana et al, 2020). Jumlah informasi CSR yang harus diungkapkan tergantung pada ukuran perusahaan; semakin besar perusahaan, semakin banyak informasi yang harus diungkapkan (Sedana & Dewi, 2019).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fitriana (2019), Khairunnisa (2019), Permadiswara (2018) menemukan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial karena ukuran perusahaan yang lebih besar lebih banyak mengungkapkan tanggung jawab sosial. Namun berbeda dengan penelitian Pakpahan & Rajagukguk (2018), Mesrawati (2020), Sugeng (2020) dan Patmawati (2020) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif pada pengungkapan *corporate social responsibility*.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu ukuran dewan komisaris. Ukuran dewan komisaris adalah jumlah anggota dewan komisaris yang memiliki kekuasaan terhadap manajemen perusahaan dalam memberikan pengaruh

pada manajemen terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (Restu, 2017). Dewan komisaris berperan dalam pengambilan keputusan dan memiliki kekuasaan. Kekuasaan tersebut diperlukan untuk meyakinkan pemangku kepentingan untuk melakukan tanggungjawab sosial sehingga perlu ukuran dewan komisaris yang besar agar perusahaan mampu memberikan kepercayaan kepada *stakeholder* bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab sosial dan juga ukuran dewan komisaris sebagai dasar pengambilan keputusan (Putri, 2017). Pengambilan keputusan dewan komisaris harus mempertimbangkan hukum dan kebiasaan yang berlaku. Dewan komisaris dalam suatu perusahaan memiliki kewenangan yang signifikan, termasuk dalam pengungkapan CSR. Dewan komisaris yang besar diharapkan melakukan tanggung jawab sosialnya secara lebih rinci (Putri, 2019).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Sedana (2019), Pradnyani & Sisdyani (2015), Restu (2017) menemukan adanya hubungan yang positif antara ukuran dewan komisaris dengan pengungkapan CSR karena semakin banyaknya anggota dewan komisaris akan memudahkan dalam mengawasi dan memberikan tekanan manajemen perusahaan dalam mengungkapkan *corporate social responsibility*. Namun berbeda dengan penelitian Fauziah & Asyik (2019), Ismainingtyas (2020) dan Sugeng (2020) yang menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh negatif pada pengungkapan *corporate social responsibility*.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu profitabilitas. Profitabilitas adalah laba yang dihasilkan selama mengelola kekayaan perusahaan (Irianti et al, 2020). Semakin banyak informasi tentang operasi perusahaan yang harus dirilis, semakin luas juga informasi perusahaan yang harus diungkapkan. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan merupakan faktor yang memotivasi manajemen untuk menginformasikan kepada pemegang saham tentang tanggung jawab sosial. Tujuan pengungkapan CSR perusahaan adalah untuk meyakinkan masyarakat dan investor terhadap kinerja perusahaan. Perusahaan juga mempublikasikan informasi kinerja untuk menekankan kegiatan perusahaan tersebut (Dewi & Sedana, 2019).

Berdasarkan penelitian Dewi & Sendana (2019), Mulyani & Hermanto (2018), Ruroh & Latifah (2018) menemukan adanya pengaruh positif antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR. Karena tingkat profitabilitas perusahaan yang tinggi akan memberikan keleluasaan manajemen untuk melaksanakan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan, maka semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan tanggung jawab sosial tersebut. Namun berbeda dengan penelitian Rosyada & Astrina (2018), Wulandari & Sudana (2018), Yovana & Kadir (2020) yang membuktikan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh pada pengungkapan *corporate social responsibility*.

Dari fenomena yang telah di uraikan diatas, penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Fitriana (2019). Perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian sekarang menambahkan variabel independen seperti ukuran dewan komisaris. Alasan penulis menambahkan variabel independen ukuran dewan komisaris karena, dewan komisaris menjadi tolak ukur untuk pengambilan keputusan dan dewan komisaris memiliki kewenangan. Kewenangan tersebut sangat mempengaruhi orang-orang yang didalam perusahaan untuk melaksanakan tanggungjawab sosial dan sebagai dasar pengambilan keputusan (Putri, 2017). Dewan komisaris harus mempertimbangkan hukum dan kebiasaan yang berlaku saat membuat keputusan. Dewan komisaris dalam suatu perusahaan memiliki kewenangan termasuk dalam pengungkapan CSR. Semakin besar ukuran dewan komisaris dalam sebuah perusahaan, maka perusahaan melaporkan tanggung jawab sosialnya juga lebih luas (Putri, 2019). Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Sedana (2019), Pradnyani & Sisdyani (2015), Restu (2017) bahwa ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Objek penelitian sebelumnya yaitu pada perusahaan manufaktur sedangkan objek penelitian saat ini yaitu pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* Karena industri barang konsumsi (*consumer non-cyclicals*) memiliki dampak yang lebih besar terhadap lingkungan dibandingkan perusahaan manufaktur lainnya seperti perusahaan jasa atau perbankan dan merupakan jumlah

perusahaan yang relatif besar, maka perusahaan industri barang konsumsi sangat perlu menerapkan konsep tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (Wiyono, 2019). Periode penelitian yang digunakan yaitu pada tahun 2018-2020, sedangkan penelitian terdahulu periode tahun 2010-2013.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah Kepemilikan Institusional berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
2. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
3. Apakah Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?
4. Apakah Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*?

C. PEMBATASAN MASALAH

Pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, dan Profitabilitas sebagai variabel independen dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel dependen. ppp

2. Pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Periode penelitian yang dilakukan adalah tahun 2018-2020.

D. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh positif Kepemilikan Institusional terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
2. Untuk menganalisis pengaruh positif Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
3. Untuk menganalisis pengaruh positif Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
4. Untuk menganalisis pengaruh positif Profitabilitas terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

E. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan diharapkan untuk melaporkan pengungkapan CSR secara lebih menyeluruh, transparan, dan dapat dipahami. Citra yang baik di masyarakat akan tumbuh dan berkembang seiring dengan semakin banyaknya pengungkapan CSR.

2. Bagi Investor dan Calon Investor

Para investor dalam melakukan investasi diharapkan lebih teliti dan lebih memperhatikan aspek pengungkapan Corporate Social

Responsibility (CSR) perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

3. Bagi Akademisi

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan bagi akademisi mengenai pengaruh kepemilikan institusional, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris dan profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

