

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu program tanggung jawab sosial dan lingkungan di sekitar perusahaan. Dalam dunia usaha dimana perusahaan hanya bertujuan untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya tanpa memperhatikan dampak yang muncul dalam kegiatan usahanya kini sudah tidak dapat diterima lagi. Karena perkembangan dunia usaha menuntut perusahaan untuk meningkatkan perhatiannya kepada lingkungan sosial. Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal (investor dan kreditor) tetapi juga karyawan, konsumen, masyarakat dan lingkungannya (Fauziah & Asyik, 2019).

★ Alasan perusahaan melakukan pengungkapan CSR diantaranya untuk mentaati peraturan yang ada. Hal ini ditunjukkan dengan adanya UU No. 40 Tahun 2007 yang diberlakukan pada tanggal 16 Agustus 2007. Undang-undang ini mewajibkan perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Penerapan program CSR juga sebagai salah satu bentuk investasi jangka panjang karena tidak hanya berfungsi untuk meminimalisasi risiko sosial saja, tetapi juga berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan citra perusahaan di mata

publik (Sumaryono dan Asyik, 2017). Manfaat CSR tidak hanya dirasakan oleh lingkungan sekitar tetapi dapat dirasakan oleh perusahaan yang akan dinilai positif oleh *stakeholder* atau juga para pemegang saham (Nurfadilah dan Sagara, 2016).

Pengungkapan CSR merupakan salah satu strategi untuk menjaga hubungan baik dengan para *stakeholder* yang dapat dilakukan dengan memberikan informasi mengenai kinerja perusahaan baik dalam aspek ekonomi, sosial, maupun lingkungan (Krisna dan Suhardianto, 2016). Dengan adanya pengungkapan CSR diharapkan dapat melengkapi kebutuhan informasi sebagai dasar pengambilan keputusan oleh para *stakeholder* (Sumaryono dan Asyik, 2017). Dalam praktiknya, pengungkapan CSR perusahaan masih rendah, khususnya pada negara-negara berkembang (Anggraeni, 2020). Beberapa kasus yang terjadi di Indonesia menunjukkan adanya fenomena faktual yang tidak ideal terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan seperti kasus yang dialami PT Aneka Tambang di tahun 2017 di mana masyarakat mengajukan komplain karena perusahaan dianggap tidak menepati janji untuk mengalirkan dana CSR dan tidak melakukan pemberdayaan masyarakat lokal berupa pelatihan (Merdeka.com, diakses 15 September 2019). Pada tahun 2018 PT Adaro Energy juga mendapat tuntutan dari DPR RI untuk lebih memperhatikan pemulihan lingkungan pasca eksploitasi, penerapan tanggung jawab sosial, dan pembangunan. Pembangkit Listrik Tenaga Uap (PLTU) (DPR.go.id, diakses 15 September 2019). Selanjutnya di awal

tahun 2019 PT Medco E&P sebagai anak perusahaan PT Medco Energi mengalami aksi protes dari masyarakat akibat munculnya aroma tidak sedap di sekitar pabrik akibat limbah pembakaran gas (Kompas.com, diakses 15 September 2019). Melihat masih banyaknya kasus pelanggaran tanggung jawab sosial perusahaan, menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhinya (Limbong, 2019).

Beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan komisaris independen. Salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba untuk meningkatkan nilai pemegang saham (Tampubolon dan Siregar, 2019). Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka perusahaan cenderung mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Kegiatan yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk dari tanggung jawab sosial memerlukan pembiayaan, sehingga jika suatu perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi memungkinkan perusahaan akan melakukan program CSR (Abbas dkk., 2019). Sari (2012) menyatakan bahwa tingkat profitabilitas yang tinggi menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang semakin tinggi, sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan tanggung jawab sosialnya dan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan dengan lebih luas.

Herdi & Erinos (2020), Kalsum (2021) menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Rohmah (2015) menyatakan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan mengungkapkan informasi CSR yang lebih luas. Berbeda dengan penelitian Jayanti & Achmad (2018), Trinanda dkk. (2018) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rofiqoh & Priyadi (2016), Andriany (2017), Yovana dan Kadir (2020) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Faktor selanjutnya yaitu *leverage*. Menurut Kasmir (2016), *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar aset perusahaan dibiayai dengan utang. Rasio *leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dalam suatu perusahaan, sehingga dapat dilihat dari resiko utang yang tak tertagih. Oleh karena itu, perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi mempunyai kewajiban yang lebih untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya (Sumaryono dan Asyik, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Andriany dkk. (2017), Wahyuningsih & Mahdar (2018), Yanti dkk. (2021) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi (2018), Yovana dan Kadir (2020), Trinanda dkk. (2018) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian

yang dilakukan oleh Abbas dkk. (2019), Fauziah dan Asyik (2019), Kalsum (2021) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Ukuran perusahaan juga merupakan faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya suatu entitas (Purba dan Candradewi, 2019). Semakin besar ukuran perusahaan maka aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan juga semakin banyak sehingga pengungkapan aktivitas perusahaan semakin luas (Widiastuti, 2018). Semakin besar perusahaan maka semakin besar pula kewajiban perusahaan untuk mengungkapkan CSR karena perusahaan besar memiliki banyak *stakeholder* yang memperhatikan keadaan dan kinerja perusahaan, sehingga perusahaan akan berupaya untuk meningkatkan kegiatan tanggung jawab sosialnya serta mengungkapkannya. Dengan adanya pengungkapan CSR yang luas secara tidak langsung citra baik perusahaan juga akan bertambah (Yovana dan Kadir, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Siregar & Tampubolon (2019), Sumaryono & Asyik (2017), Trinanda dkk. (2018) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra (2016), Yovana & Kadir (2020) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Zulhaimi & Nuraprianti (2019), Andriany dkk.

(2018), Yanti (2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Faktor keempat yang mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu komisaris independen. Menurut Fahmi (2014:5), seorang komisaris independen adalah dewan komisaris yang tidak memiliki saham namun ditunjuk menjadi komisaris independen karena faktor kapasitas kepemilikan ilmu dan pengalaman dalam bidang tersebut telah diakui mampu memberi masukan kepada pihak dewan komisaris dalam setiap pengambilan keputusan, terutama keputusan-keputusan yang diusulkan oleh pihak manajemen perusahaan. Komisaris independen dapat mendorong manajemen untuk mengungkapkan informasi yang lebih luas kepada pemangku kepentingannya termasuk informasi sosial dan lingkungan (Hermawan dan Gunardi, 2019). Yuliani (2019) menyatakan bahwa pengawasan dewan komisaris berjalan efektif ketika struktur personal independen dalam dewan komisaris semakin besar.

Biswas dkk. (2018), Yuliani (2019), Hermawan & Gunardi (2019) menyimpulkan bahwa komisaris independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Suwaidan dkk. (2019), Faizah & Novita (2020), Anggraeni (2020) yang menunjukkan bahwa komisaris independen berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo (2018), Asiah & Muniruddin (2018), Widyastari & Sari (2018)

yang menyatakan bahwa komisaris independen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari Amilia dan Andayani (2019) mengenai Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Perbedaannya terletak pada penambahan variabel independen yaitu komisaris independen. Keberadaan komisaris independen dapat meningkatkan pengawasan sehingga manajemen akan cenderung mengungkapkan informasi secara lebih luas khususnya terkait tanggung jawab sosial (Vanessa dan Meiden, 2020). Komisaris independen dapat mempengaruhi pengungkapan CSR karena komisaris berpegang pada prinsip keseimbangan untuk membuat perusahaan terus mempunyai keberlanjutan jangka panjang (Herdi dan Erinos, 2020). Perbedaan lainnya terletak pada sampel perusahaan yang digunakan. Sampel perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2021. Sedangkan dalam penelitian Amilia dan Andayani (2019) menggunakan sampel perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2013-2017.

Penelitian Amilia dan Andayani (2019) menunjukkan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi profitabilitas yang didapatkan oleh perusahaan, maka semakin tinggi juga perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab sosial

kepada masyarakat yang berada disekitar perusahaan yang terdapat kontak terhadap perusahaan dengan masyarakat. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa *leverage* mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *leverage* maka semakin menurun dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi ukuran perusahaan maka semakin luas perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, dapat dirumuskan beberapa masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR?
2. Apakah *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR?
4. Apakah komisaris independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR?

### **C. Pembatasan Masalah**

1. Pada penelitian ini variabel dependen yang digunakan yaitu pengungkapan CSR dan variabel independen yaitu profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan komisaris independen.
2. Perusahaan yang digunakan sebagai populasi ini yaitu perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021.

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh positif profitabilitas terhadap pengungkapan CSR.
- b. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh positif *leverage* terhadap pengungkapan CSR.
- c. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR.
- d. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh positif komisaris independen terhadap pengungkapan CSR

#### **2. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, antara lain:

##### **a. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan bagi akademis guna membantu akademis dalam mengembangkan ilmu

pengetahuan serta menjadi rujukan khususnya tentang pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan komisaris independen terhadap pengungkapan CSR.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan dan membuat kebijakan pada bidang yang berhubungan dengan faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR.

2) Bagi Investor

Diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat sebelum mengambil keputusan investasi.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya tentang pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan komisaris independen terhadap pengungkapan CSR.