

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi, dunia bisnis mengalami perkembangan yang pesat sehingga persaingan antar perusahaan semakin ketat, mendorong setiap perusahaan untuk berupaya maksimal dalam mencapai tujuan (Juliantari & Indraswarawati, 2020). Penerapan tanggung jawab sosial merupakan wujud kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya. Dengan melaksanakan CSR, reputasi dan citra perusahaan di mata masyarakat akan meningkat (Suryandari dan Mongan, 2020). Seperti yang kita ketahui, saat ini CSR atau tanggung jawab sosial merupakan salah satu aspek penting dalam membangun citra dan reputasi perusahaan. CSR kini bukan lagi pilihan, tetapi sudah menjadi kewajiban dan komitmen bagi setiap perusahaan. Melalui CSR, perusahaan menunjukkan kepeduliannya terhadap lingkungan sekitar, yang merupakan kunci untuk menjaga keberlanjutan operasional perusahaan. CSR merupakan aspek penting dalam membangun citra dan reputasi, serta menjadi bentuk kontribusi perusahaan kepada pihak-pihak yang terkait, baik internal maupun eksternal (Oktina et al, 2020)

Corporate Social Responsibility (CSR), merupakan sebuah upaya sukarela dari perusahaan untuk menyatukan kepedulian terhadap isu lingkungan dan sosial ke dalam kegiatan operasional serta interaksi dengan para *stakeholder*. Bentuk-bentuk CSR tersebut dapat berupa kegiatan yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan, seperti memberikan bantuan sosial yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar (Sunaryo & Mahfud, 2016). Perusahaan energi harus menerapkan prinsip *Triple Bottom Line* (3P), yang menyeimbangkan keuntungan finansial dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Meskipun perusahaan biasanya berupa meningkatkan keuntungan, mereka juga harus

menginvestasikan dana untuk keberlanjutan lingkungan, seperti mencegah polusi dan mengolah limbah (Wulaningrum & Kusrihandayani,2020). *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah menjadi konsep penting dalam laporan bisnis. Setiap perusahaan mempunyai kebijakan CSR dan menertibkan laporan tahunan yang merinci kegiatan tersebut. Dan bisa menilai apakah suatu perusahaan itu bertanggung jawab secara sosial atau tidak. Secara umum, CSR membahas hubungan antara perusahaan global pemerintah dan warga negara. Dalam skala yang lebih kecil, CSR mencakup hubungan antara perusahaan dan komunitas lokal tempat mereka beroperasi. Tujuan CSR adalah agar perusahaan dapat memenuhi tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat dalam jangka waktu tertentu (Rofiqkoh & Priyadi, 2016).

Peraturan tentang CSR di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas yang berbunyi “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Undang-Undang tersebut mewajibkan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perseroan yang dimaksud dalam undang-undang tersebut yaitu perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam serta perseroan yang kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam (Indonesia, 2012).

Perkembangan isu lingkungan dan sosial semakin menuntut perusahaan khususnya yang bergerak di sektor energi, untuk meningkatkan transparansi melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini sejalan dengan regulasi nasional seperti Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mewajibkan perusahaan berbasis sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Namun, praktik pengungkapan CSR di Indonesia masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam hal konsistensi dan kelengkapan informasi yang disajikan.

Berdasarkan penelitian (Novitasari, 2023), tingkat pengungkapan CSR perusahaan sektor energi di Indonesia periode 2018-2021 masih tergolong rendah. Dengan menggunakan 153 indikator Global Reporting Initiative (GRI), ditentukan bahwa rata-rata pengungkapan CSR hanya sebesar 32% pada tahun 2018, 35% pada tahun 2019, 38% pada tahun 2020, dan 46% pada tahun 2021. Meskipun menunjukkan adanya tren positif, capaian ini masih jauh dari maksimal karena belum mencapai 50% dari total indikator yang seharusnya diungkapkan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa perusahaan sektor energi di Indonesia belum sepenuhnya menyadari pentingnya transparansi informasi CSR bagi pemangku kepentingan. Rata-rata pengungkapan CSR perusahaan sektor energi tahun 2018-2021 dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1 Rata-rata pengungkapan CSR Perusahaan Sektor Energi di Indonesia Tahun 2018-2021

Tahun	Rata-rata Pengungkapan CSR (%)
2018	32%
2019	35%
2020	38%
2021	46%

Sumber: Diolah dari Novitasari (2023)

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pengungkapan CSR masih berada di bawah 50%, meskipun adanya tren peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini menandakan bahwa upaya transparansi CSR di sektor energi mulai berkembang, namun belum optimal.

Fenomena tersebut menjadi semakin relevan mengingat sektor energi merupakan penyumbang terbesar emisi gas rumah kaca (GRK) global yaitu mencapai 76%, sementara Indonesia sendiri berkontribusi 5% dari total emisi dunia. Dengan kondisi tersebut, diharapkan perusahaan energi lebih aktif dalam

mengungkapkan aktivitas CSR, terutama yang berkaitan dengan aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola. Rendahnya tingkat pengungkapan CSR menunjukkan perlunya kajian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang dapat memengaruhi pengungkapan tersebut, seperti profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan asing, dan *leverage*.

Berdasarkan berbagai penelitian, profitabilitas yang didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba merupakan salah satu faktor yang memengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berdasarkan Nugroho & Yulianto (2015), perusahaan di Indonesia yang memiliki laba tinggi cenderung meningkatkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan kata lain, semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profit, semakin tinggi pula tingkat pengungkapan CSR mereka. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas yang tinggi menyediakan dana lebih untuk kegiatan CSR. Pengungkapan CSR ini berfungsi sebagai bukti akuntabilitas nyata kepada para pemangku kepentingan (*stakeholder*), meyakinkan mereka bahwa operasional perusahaan telah sejalan dengan norma dan nilai sosial yang berlaku di masyarakat. (Nofrivul, N., Melia, Y., & Novelino, A. 2022).

Penelitian mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sudah banyak yang mengkaji. Berdasarkan beberapa penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, salah satu faktor yang memengaruhi pengungkapannya adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba selama periode tertentu. Menurut Nugroho & Yulianto (2015), bahwa perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia dapat meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial ketika memperoleh profit atau laba yang tinggi. Hal ini berarti semakin tinggi kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan profit, maka semakin tinggi juga tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Profitabilitas yang tinggi mencirikan ketersediaan dana yang lebih untuk melaksanakan dan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*

sebagai bukti nyata akuntabilitas kepada *stakeholder* sehingga dapat meyakinkan bahwa aktivitas perusahaan telah sesuai dengan nilai dan norma sosial yang berlaku di masyarakat (Nofrivul, N., Melia, Y., & Novelino, A. 2022).

Namun, beberapa penelitian mengenai *Corporate Social Responsibility* memaparkan hasil yang berbeda. Penelitian yang dilakukan oleh Ivon Nurmas Ruroh (2018), Arita & Mukhtar (2019), dan Nuraprianti (2019) menunjukkan bahwa profitabilitas mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Citra Hardianti & Anwar (2020) menunjukkan tidak adanya pengaruh profitabilitas terhadap tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* karena saat perusahaan mendapatkan laba yang tinggi, maka informasi selain keuangan perusahaan dianggap tidak perlu dilakukan sehingga hanya berfokus pada pelaporan keuangan yang baik guna mendorong investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. (Musofwan, S. A. 2022).

Selanjutnya, faktor lain yang dapat mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan (Putri, R. K., Zulfahidar, Z., & Kurnia, P. 2017). Besar kecilnya suatu perusahaan mempengaruhi luas pengungkapan informasi dalam laporan keuangan perusahaan tersebut (Cahyathi, C. B 2020). Semakin besar suatu perusahaan maka pengungkapan CSR akan cenderung dilakukan dengan semakin luas, hal ini akan menunjukkan adanya hubungan positif antara variabel ukuran perusahaan dan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Sebagai emiten yang banyak disorot, perusahaan besar melakukan pengungkapan pertanggungjawaban sosial dengan pengurangan biaya politis (Rivandi, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Sari pada tahun 2021, Vivian pada tahun 2020, dan Dewi & Sari pada tahun 2019 tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR memberikan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hal tersebut menunjukkan hasil yang

berlawanan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Yanti di tahun 2021, Sekarwigati & Effendi di tahun 2019, dan Shafira di tahun 2021 yang ternyata menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Selain itu, kepemilikan saham asing juga berdampak pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Karena tingkat pengelolaan dan pengawasan kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan cukup tinggi (Maulida, 2013) hal ini menghasilkan pengungkapan tanggung jawab sosial yang baik dan memungkinkan perusahaan memperoleh legitimasi dari masyarakat sekitar (Yani, 2020). Fauzi (2008) menyatakan bahwa kepemilikan asing pada perusahaan dianggap sebagai pihak yang berkepentingan dengan CSR. Bukti empiris menunjukkan bahwa kinerja lingkungan perusahaan multinasional di Indonesia lebih baik daripada perusahaan domestik. Perusahaan milik asing umumnya lebih peduli dengan pendanaan kegiatan sosial dan lingkungan, yang berarti mereka cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi CSR daripada perusahaan domestik.

Rustiarini (2009) juga mengungkapkan hal serupa, yaitu kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian yang dilakukan oleh Edison (2017) menjelaskan bahwa kepemilikan saham asing berpengaruh luas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, tetapi disyaratkan dengan jumlah nilai kepemilikan yang sangat besar. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Pradana dan Suzan (2016) menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan antara kepemilikan asing terhadap *corporate social responsibility*.

Kemudian, faktor keempat yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah *Leverage*. Menurut (Astuti, (2019), *leverage* merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban-kewajiban jangka panjangnya. Semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan, maka perusahaan tersebut akan semakin bergantung pada pinjaman luar untuk membangun asetnya. Sebaliknya, perusahaan

yang memiliki tingkat *leverage* rendah akan menggunakan modal sendiri untuk membangun asetnya (Warda, 2019). Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang rendah akan mengungkapkan CSR lebih luas, sedangkan perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan melakukan pengungkapan CSR lebih rendah. Hal ini dikarenakan perusahaan harus mengurangi biaya-biaya untuk melakukan pengungkapan CSR agar tidak menjadi sorotan para *debtholders* (Astuti, 2019).

Penelitian mengenai pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan oleh (Rofiqkoh & Priyadi, 2016), (Sitorus & Harahap, 2017), dan (Yanti & Budiasih, 2016) menjelaskan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Akan tetapi, penelitian yang dilakukan oleh (Astuti, 2019), (Dewi & Sedana, 2019), dan (Warda, 2019) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Dengan adanya perbedaan-perbedaan yang telah penulis jelaskan sebelumnya, Penelitian ini mengembangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Kardiyanti & Dwirandra (2020) yang meneliti Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Asing pada Pengungkapan CSR, pengembangan yang dilakukan adalah menambah variabel independen yaitu *leverage*. Penambahan variabel *leverage* dalam penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa struktur permodalan perusahaan, khususnya proporsi utang terhadap ekuitas (*debt to equity ratio*), juga berpotensi memengaruhi tingkat pengungkapan CSR. *Leverage* mencerminkan tingkat ketergantungan perusahaan terhadap dana eksternal, khususnya utang. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung berada dalam pengawasan lebih ketat dari kreditur dan memiliki tekanan untuk menunjukkan tanggung jawab sosial dan transparansi yang lebih baik kepada para pemangku kepentingan. Hal ini sejalan dengan teori agensi, yang menyatakan bahwa adanya konflik kepentingan antara manajer dan pemberi pinjaman mendorong perusahaan untuk meningkatkan pengungkapan informasi, termasuk informasi CSR, sebagai bentuk mekanisme pengawasan dan pengurangan risiko.

Dengan demikian, penambahan variabel *leverage* diharapkan dapat memperkaya model penelitian dan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pengungkapan CSR, terutama di sektor energi yang memiliki karakteristik pembiayaan dan risiko yang cukup tinggi. Sampel yang akan penulis gunakan adalah perusahaan sektor energi yang telah terdaftar di BEI periode 2019-2021.

Berdasarkan latar belakang masalah, fenomena *gap* dan *research gap* yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, dan Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Energi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019- 2021)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ?
3. Apakah kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ?
4. Apakah *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ?

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah ditujukan untuk memfokuskan penelitian pada tujuannya. Pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya berfokus membahas pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan asing, dan *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
2. Penelitian ini menggunakan sampel yang diambil dari perusahaan sektor energi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI).
3. Penelitian ini menggunakan periode 2019-2021.
4. Data penelitian ini diambil dari laporan tahunan perusahaan yang terdapat pada website resmi www.idx.co.id atau pada website resmi masing-masing perusahaan.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

- a. Untuk menguji secara empiris pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021.
- b. Untuk menguji secara empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021.
- c. Untuk menguji secara empiris pengaruh kepemilikan asing terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021.
- d. Untuk menguji secara empiris pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan diantaranya :

1. Aspek Teoritis

- a. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam ilmu ekonomi, khususnya bidang akuntansi tentang pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan asing, dan *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pembandingan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

2. Aspek Praktis

- a. Bagi investor, penelitian ini dapat menjadi panduan yang memberikan saran serta masukan mengenai pengungkapan *Corporate Social*

Responsibility (CSR). Informasi yang disajikan diharapkan bermanfaat dalam membantu investor atau calon investor membuat keputusan.

- b. Bagi perusahaan, penelitian ini bisa menjadi referensi bagi manajemen perusahaan untuk membuat keputusan strategis terkait laporan pertanggungjawaban sosial. Dengan menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) berdasarkan hasil ini, manajemen dapat memperbaiki citra dan kinerja perusahaan.
- c. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam penyusunan standar akuntansi oleh penyusun standar akuntansi dalam hal penyusunan standar akuntansi lingkungan.

