

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut definisi dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan kesepakatan komitmen yang dipegang oleh perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya dengan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Sementara itu, perusahaan juga diharapkan menghargai kepentingan berbagai pihak yang terlibat, seperti investor, pelanggan, karyawan, mitra bisnis, warga setempat, lingkungan, dan masyarakat umum. Dalam perspektif ini, perusahaan dianggap sebagai bagian integral dari masyarakat dan lingkungan, dan keterlibatannya dalam aspek sosial dianggap sebagai suatu keharusan. Konsep ini terus berkembang, yang kemudian dikenal dengan istilah Corporate Social Responsibility (CSR) menurut Rohmah (2015:57).

Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia dimulai setelah disahkan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas. Undang-Undang tersebut menegaskan bahwa setiap perseroan yang terlibat dalam kegiatan usaha di sektor apa pun, terutama yang terkait dengan sumber daya alam, memiliki kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Poin ini kemudian diperkuat oleh Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Peraturan ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang tidak mematuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Dewi dan Khafi, 2018).

Kesehatan masyarakat menjadi perhatian utama terutama pada masa pandemi Covid-19, yang menyebabkan pemerintah menerapkan pembatasan kegiatan pada tahun 2020 (Indriya, 2020). Corporate Social Responsibility (CSR) dianggap sebagai tanggung jawab sosial perusahaan yang timbul dari komitmen perusahaan (Anastasia & Anizar, 2022). Penelitian ini terfokus pada aspek lingkungan kerja, di mana perusahaan mengemban tanggung jawab terhadap lingkungan untuk menciptakan pembangunan berkelanjutan. Hal ini dilihat melalui pengungkapan CSR dan hubungannya dengan lingkungan hidup, khususnya dalam konteks Kesehatan Masyarakat dan perusahaan farmasi (Mustofa et al., 2020). Terdapat pula regulasi yang mendorong keterlibatan perusahaan dalam menjaga dan melindungi lingkungan serta kesejahteraan sosial, sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, dan Peraturan Menteri Sosial RI No. 13 Tahun 2012 tentang Forum Tanggung Jawab Dunia Usaha dalam Penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial. Lebih lanjut, PP No. 50 Tahun 2012 mengatur mengenai Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) sebagai upaya untuk menjamin dan melindungi keselamatan serta kesehatan tenaga kerja melalui pencegahan kecelakaan kerja dan penyakit akibat kerja.

Menurut Suryaningsum (2016), pengungkapan aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) dianggap sebagai investasi yang positif bagi pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan. Ia menekankan bahwa pengungkapan CSR seharusnya tidak dianggap sebagai beban biaya, melainkan sebagai sarana untuk memperoleh keuntungan. Praktik pengungkapan CSR setiap perusahaan mengalami evolusi seiring berjalannya waktu, terutama ketika menghadapi revolusi industri (Pratiwi et al., 2020).

Dilaporkan melalui laman jurnal pada www.ejournal.uksw.edu/jeb pada tanggal 1 April 2018, beberapa fenomena kegagalan CSR tercatat di Indonesia, antara lain:

- Kasus PT Newmont Minahasa Raya, di mana pihak kejaksaan menduga perusahaan tersebut membuang limbah berbahaya yang mengakibatkan pencemaran lingkungan di Teluk Buyat.
- Kasus pencemaran air raksa yang mengancam nyawa 1,8 juta penduduk Kalimantan Tengah, khususnya suku Dayak, terkait dengan kejadian serupa dengan kasus Minamata.
- Kasus kerusakan lingkungan akibat penambangan timah inkonvensional di pantai Pulau Bangka-Belitung.

Beberapa fenomena di atas menunjukkan bahwa sejumlah perusahaan kurang memperhatikan pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar perusahaan. Sebaliknya, perusahaan yang memperhatikan tanggung jawab sosial mendapatkan manfaat positif untuk mendukung perkembangan mereka. Beberapa faktor dapat mempengaruhi pengungkapan CSR, yang akan diuji dalam penelitian ini meliputi profitabilitas, leverage, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran dewan komisaris.

Profitabilitas perusahaan menjadi faktor yang memberikan kemerdekaan dan fleksibilitas bagi manajemen untuk mengungkapkan CSR kepada pemegang saham. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan, semakin besar pengungkapan CSR, karena tingkat profitabilitas yang tinggi memberikan keleluasaan bagi manajemen untuk melaksanakan dan mengungkapkan CSR.

Leverage, yang mencakup utang atau pinjaman modal, diakui sebagai sumber utama bagi perusahaan agar dapat terus beroperasi dan bertahan. Perusahaan terus berupaya mendapatkan modal melalui berbagai cara, baik menggunakan ekuitas maupun menggunakan leverage.

Pertumbuhan perusahaan, yang ditandai dengan peningkatan kapitalisasi pasar, penjualan, atau aset, dapat memengaruhi efisiensi dana yang dipegang oleh perusahaan secara positif. Pertumbuhan yang signifikan dapat menjadi sinyal bagi para pemangku kepentingan, memudahkan perusahaan untuk menarik modal dari investor.

Dewan komisaris sebagai bagian dari perusahaan yang bertanggung jawab atas pengawasan dan arahan kepada manajer, memastikan bahwa perusahaan memenuhi seluruh tanggung jawabnya sesuai kepentingan pemegang saham. Pengawasan ketat di dalam perusahaan mendorong manajemen untuk meningkatkan kinerja dan memenuhi tuntutan tanggung jawab sosial, mendorong kesadaran untuk melakukan pengungkapan CSR.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, leverage, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan aneka industri di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2019-2022. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji sejauh mana pengungkapan aktivitas CSR terjadi pada perusahaan aneka industri.

1.2 Tinjauan Pustaka

a) Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR (Corporate Social Responsibility)

Menurut Riyanto, profitabilitas dapat didefinisikan sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba atau keuntungan dalam suatu periode waktu tertentu. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba dengan baik dianggap memiliki kinerja yang baik. Profitabilitas sering digunakan sebagai indikator untuk menilai kinerja suatu perusahaan. Rumus untuk menghitung profitabilitas dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{LABA BERSIH}}{\text{TOTAL ASET}}$$

Pencapaian tanggung jawab agen terhadap principal yang memperoleh manfaat, memberikan persetujuan bagi manajemen entitas untuk melaksanakan CSR sebagai taktik mempertahankan hubungan yang positif dengan pihak-pihak terkait. Oleh karena itu, semakin tinggi profitabilitas perusahaan, semakin luas pengungkapan informasi sosialnya.

b) Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan CSR (Corporate Social Responsibility)

Menurut Maryam (2014), leverage merujuk pada penggunaan sejumlah besar aset atau dana oleh suatu organisasi, di mana organisasi tersebut harus menanggung biaya yang terkait.

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{TOTAL LIABILITAS}}{\text{TOTAL EQUITY}}$$

Leverage adalah alat yang digunakan untuk mengurangi risiko kredit pada beberapa bisnis besar ketika melakukan penilaian ulang terhadap aset mereka. Bisnis dengan rasio leverage yang tinggi sangat rentan terhadap tekanan eksternal untuk mengubah model bisnisnya. Perusahaan juga dapat menggunakan leverage untuk memahami dampak potensial masalah keagenan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR). Bisnis dengan sumber daya yang lebih besar akan dihadapkan pada tantangan dan akan berinvestasi lebih banyak dalam CSR.

c) Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR (Corporate Social Responsibility)

Salah satu indikator peningkatan kinerja suatu perusahaan adalah pertumbuhan bisnis. Pertumbuhan bisnis diukur dengan peningkatan kapitalisasi pasar, pendapatan, atau aset yang berdampak positif pada arus kas perusahaan (Stevanius dan Yap, 2018). Menurut Wartyna dan Apriwenni (2018), pertumbuhan perusahaan akan dinilai dengan memperhatikan marjin keuntungan setiap tahunnya.

Rumus Pertumbuhan Perusahaan :

$$\text{Pertumbuhan Perusahaan} = \frac{\text{Penjual } t - \text{Penjualan } t-1}{\text{Penjualan } t-1}$$

Pertumbuhan bisnis diukur dengan peningkatan kapitalisasi pasar, pendapatan, atau aset yang berdampak positif pada arus kas perusahaan (Stevanius dan Yap, 2018). Jika sebuah bisnis mengalami pertumbuhan yang signifikan, maka pertumbuhan ini dapat menjadi aset

berharga bagi para pemangku kepentingan, memudahkan investor untuk menarik dana mereka (Wartyna dan Apriwenni, 2018). Bisnis yang sedang berkembang akan menarik perhatian karena secara bertahap akan meningkatkan pembayaran dividen, terutama ketika mengalami pertumbuhan (Honggo dan Marlinah, 2019).

d) Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan CSR (Corporate Social Responsibility)

Menurut Ale (2014), Dewan Komisaris merupakan instrumen pengendalian internal yang paling utama yang bertugas mengurus perusahaan dengan efisien. Penilaian terhadap ukuran Dewan Komisaris dilakukan melalui jumlah anggotanya, yang mana Dewan Komisaris merupakan salah satu alat yang sering digunakan untuk mengawasi kinerja manajer

$$Ukuran\ Dewan\ Komisaris = \sum Dewan\ Komisaris\ Perusahaan$$

Jumlah anggota dewan komisaris dalam sebuah perusahaan adalah indikator dari tingkat pengawasan yang dilakukan terhadap direksi. Pengawasan yang ketat di perusahaan mendorong manajemen untuk meningkatkan kinerjanya dan memperhatikan tanggung jawab sosial dengan lebih serius, sehingga mereka cenderung melakukan pengungkapan CSR.

e) Pengertian CSR (Corporate Social Responsibility)

Dalam karya tulisnya yang berjudul Corporate Social Responsibility pada tahun 2020, Mohammad Hamim menjelaskan bahwa CSR merupakan komitmen sebuah bisnis atau perusahaan untuk berperilaku secara etis dan memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Menurut Kotler & Nancy, CSR adalah upaya perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya melalui praktik bisnis yang baik serta memberikan sebagian sumber daya perusahaan kepada masyarakat sekitar, demi mencapai

$$CSRDI_j = \sum \frac{x_{ij}}{N_j}$$

tujuan pembangunan berkelanjutan. Rumus pengungkapan CSR dapat dijabarkan sebagai berikut:

Keterangan:

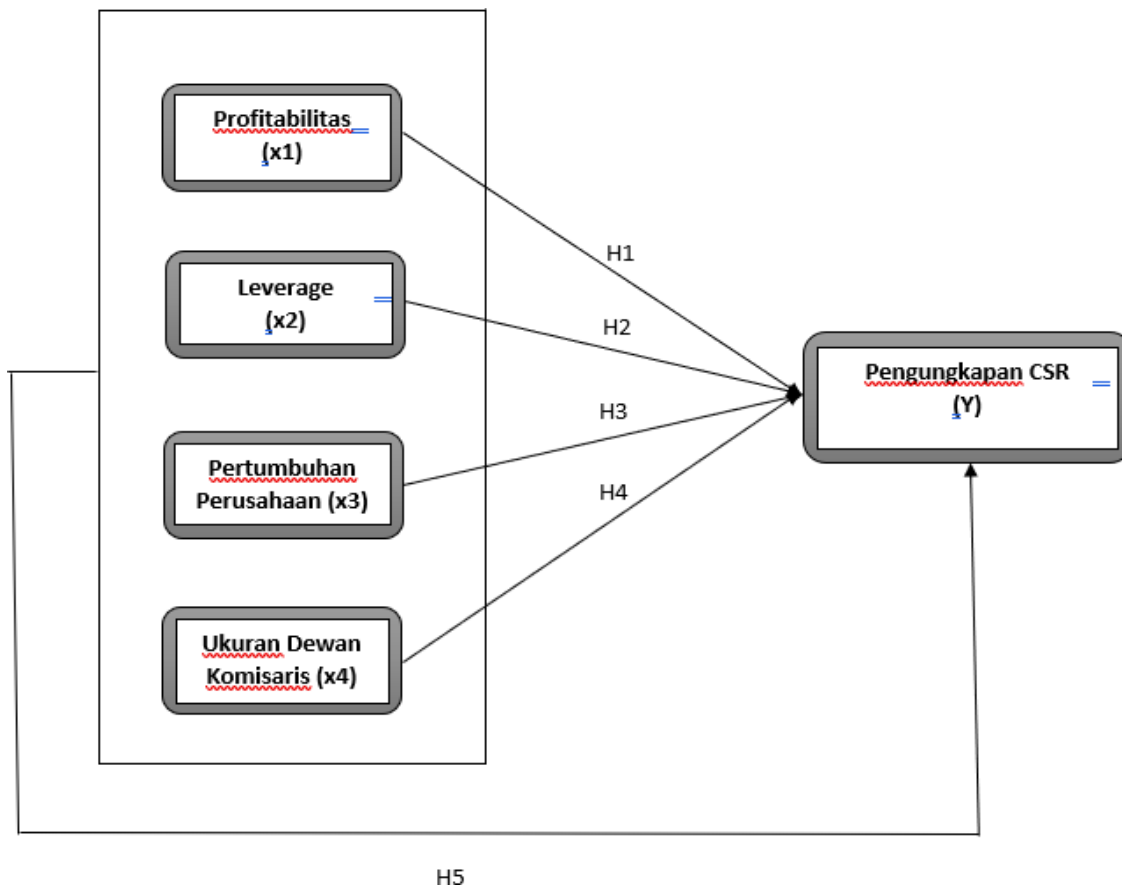
CSRDI_j = Corporate social responsibility disclosure (Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan j)

ΣX_{ij} = Jumlah item yang diungkapkan perusahaan j

Jika 1 = diungkapkan; 0 = tidak diungkapkan

N_j = Jumlah kriteria pengungkapan tanggung jawab sosial untuk Perusahaan j

1.3 Kerangka Konseptual



1.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan analisis di atas maka diperoleh hipotesis sebagai berikut :

H1: Terdapat dampak secara sebagian dari profitabilitas terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan berbagai industri di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2022.

H2: Terdapat dampak secara sebagian dari leverage terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan berbagai industri di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2022.

H3: Terdapat dampak secara sebagian dari pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan berbagai industri di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2022.

H4: Terdapat dampak secara sebagian dari ukuran Dewan Komisaris terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan berbagai industri di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2022.

H5 : Secara bersamaan, profitabilitas, leverage, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran Dewan Komisaris memiliki dampak terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan berbagai industri di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2022.