

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

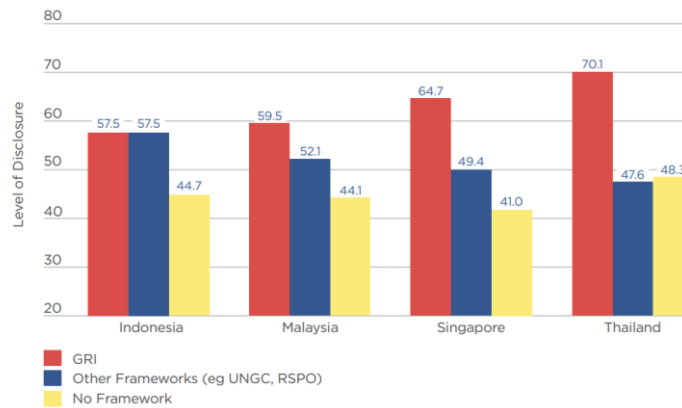
*Corporate social responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah salah satu kewajiban yang dilaksanakan oleh perusahaan, hal itu dapat diartikan sebagai wujud tanggungjawab dan sikap peduli dari perusahaan terhadap lingkungan dan sosial. Menurut Waldman et al dalam Lin et al. (2019) menyatakan bahwa CSR adalah sekelompok kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang dapat memenuhi kebutuhan perusahaan atau memenuhi semua tuntutan pemangku kepentingan. Perusahaan juga menyatakan bahwa CSR harus menjadi perilaku sukarela yang mencakup kegiatan yang berada di luar kebutuhan hukum perusahaan. Pengungkapan CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan digunakan oleh perusahaan guna menciptakan pembangunan ekonomi keberlanjutan yang nantinya akan berdampak pada peningkatan kualitas hidup perusahaan dan juga semua pemangku kepentingan dalam perusahaan tersebut. Di samping itu, pengungkapan CSR juga berfungsi dalam pelaporan mengenai berbagai isu, seperti ekonomi, sosial, dan lingkungan. Aktivitas pelaporan tersebut berguna untuk menjaga hubungan atau relasi antara perusahaan dengan pemangku kepentingan (*stakeholder*) dalam hal kekhawatiran dari pemangku kepentingan mengenai keberlanjutan perusahaan di masa depan.

Personifikasi CSR, yang menuntut kewajiban sosial dan lingkungan perusahaan di sektor perusahaan global, termasuk Indonesia. Saat ini, pemerintah meminta agar bisnis menyadari bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR)

memainkan peran penting dalam operasi perusahaan. Hal itu dibuktikan dengan adanya peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah tentang tanggung jawab sosial atau *social responsibility* yang dimuat dalam Undang – Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) Pasal 74 dan Pasal 66 ayat (2) bagian C yang memaparkan bahwa laporan tahunan harus memuat beberapa hal yang salah satunya yaitu laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Peraturan terkait CSR juga terdapat pada PP No. 47 Tahun 2012 yang secara umum mengatur bagaimana perusahaan menerapkan CSR untuk operasi bisnis yang terkait dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang yang dapat dilaksanakan di dalam, maupun di luar lingkungan perusahaan. Pelaksanaan CSR disusun dan memperhatikan dua hal, yaitu kepatutan dan kewajaran perseroan yang dikategorikan sebagai kebijakan perseroan dalam melaksanakan CSR sesuai potensi keuangan dan kemampuan (Disemadi dan Paramitra, 2020). Adanya keberadaan peraturan atau regulasi tersebut menunjukkan bahwa pemerintah menuntut kepada perusahaan agar dapat berperan terhadap pengelolaan sosial dan lingkungannya.

Dalam beberapa tahun terakhir, pemberitaan tentang isu pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) cukup populer, salah satunya di Indonesia. Namun, dalam instalasi atau implementasi perusahaan masih cukup rendah. CNN Indonesia Tahun 2016 menyatakan bahwa dari *Riset Centre for Governance, Institutions, and Organizations National University of Singapore (NUS) Business School* memaparkan rendahnya pemahaman perusahaan terhadap praktik CSR, menyebabkan rendahnya kualitas pengoperasian agenda tersebut. Riset itu melakukan studi terhadap 100 perusahaan di empat negara yakni

Indonesia, Malaysia, Singapura dan Thailand. Di mana hasil dari riset tersebut mengatakan Indonesia mendapatkan peringkat tiga dengan nilai 48,4.



**Gambar 1.1**

### **Tingkat Pengungkapan Menurut Kerangka Kerja**

Sumber: *Sustainability Reporting in ASEAN CGIO ACN NUS*

Berdasarkan gambar 1.1, kerangka *Global Reporting Initiative* (GRI) banyak ditemukan pada perusahaan dalam memberikan lebih banyak informasi daripada perusahaan yang menggunakan kerangka kerja lain atau tidak sama sekali. Semua negara, kecuali Indonesia, memiliki hasil yang sama. Perusahaan yang mengadopsi kerangka kerja GRI di Indonesia memiliki *level of disclosure* yang sama seperti perusahaan yang mengadopsi kerangka kerja lain. Sehingga, dari 100 perusahaan yang menjadi sampel dari empat negara tersebut, dapat disimpulkan bahwa Indonesia menduduki peringkat terakhir pada kategori tingkat pengungkapan CSR berdasarkan kerangka GRI, yaitu 57,5%.

Penyampaian informasi dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan kepada pihak masyarakat dapat dilakukan dengan menggunakan *media exposure*. *Media exposure* adalah alat yang berguna agar masyarakat bisa memperoleh berbagai informasi tentang peristiwa yang sedang terjadi secara cepat

dan tepat waktu. Pada pengungkapan CSR, masyarakat adalah pemangku kepentingan yang mempunyai kekuasaan untuk melakukan penekanan terhadap perusahaan. Keberadaan media sangat berguna di tengah masyarakat, hal itu dikarenakan masyarakat yang dapat memperhatikan setiap kegiatan yang berlangsung pada suatu perusahaan apakah perusahaan melakukan kegiatan yang kontribusinya untuk melindungi lingkungan atau merusak lingkungan (Sarra dan Sustari, 2020).

Menurut hasil penelitian sebelumnya mengenai *media exposure* terhadap pengungkapan CSR menyatakan beberapa pendapat yang berbeda. Tan et al. (2016) memaparkan bahwa *media exposure* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Solikhah dan Arga (2016) memaparkan hasil penelitian yang berbeda dengan sebelumnya, di mana *media exposure* tidak berpengaruh terhadap kualitas pengungkapan lingkungan. Menurut Sarra dan Sustari (2020) *media exposure* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Faktor *resources* berdampak pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa perusahaan dan organisasi selalu membutuhkan sumber daya dalam menjalankan tugasnya. Menurut Toms dalam Anggraeni dan Chaerul (2017) pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR adalah tempat yang memiliki peranan penting dalam mengembangkan interaksi yang kuat antara perusahaan dan pemangku kepentingan. *Slack resources* dapat berfungsi pada perusahaan dalam menyesuaikan adanya perubahan kondisi baik itu internal maupun eksternal dengan adanya sumber lebih (Bourgeois dalam Anggraeni dan Chaerul, 2017). Adanya keberadaan *slack resources* di dalam



perusahaan dapat menjadikan kualitas dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR menjadi lebih baik.

Penelitian mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR sudah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Namun pengungkapan tersebut relatif sedikit di Indonesia jika dikaitkan dengan *media exposure* dan *slack resources*. Hal itu kemungkinan terjadi karena masih sangat kurangnya pemahaman terkait praktik CSR pada perusahaan dan masih terdapat kesenjangan yang substansial dalam hal pelaksanaan yang konsisten dan petunjuk pelaksanaan CSR (Setiawan et al., 2018). Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Anggaraeni dan Chaerul (2017) yang penelitiannya berfokus pada *Slack Resources*, Feminisme Dewan, dan Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, di mana pengungkapan informasi CSR sebagai variabel dependen. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penambahan pada variabel independennya yaitu *media exposure* dan objek penelitiannya yaitu perusahaan *high profile* yang menerbitkan laporan keberlanjutan dan terdaftar pada BEI. Tipe perusahaan *high profile* pada umumnya perusahaan yang operasinya dicermati oleh publik karena menyentuh berbagai kepentingan, sehingga berbahaya bagi masyarakat jika proses produksi dan hasilnya tidak terjamin. Daftar industri yang merupakan *high profile* adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. 1**  
**Daftar Industri *High Profile***

No.	Jenis Industri
1	Pertanian, kehutanan, dan kelautan

2	Tambang
3	Makanan dan minuman
4	Tembakau
5	Produk kayu
6	Produk kertas dan sejenisnya
7	Produk kimia dan sejenisnya
8	Semen
9	Produksi logam dan sejenisnya
10	Produk batu-batuan, tanah liat, dan <i>concrete</i>
11	Perlengkapan elektronik dan kantor
12	Produk otomotif dan sejenisnya
13	Farmasi
14	Barang konsumsi
15	Jasa Transformasi
16	Telekomunikasi
17	Perbankan
18	<i>Real estate and property</i>
19	<i>Holdings companies</i> dan investasi lainnya

Sumber: Anggraeni dan Chaerul (2017)

Penelitian ini dilakukan guna menguji bagaimana pengaruh *media exposure* dan *slack resources* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR. Sampel penelitiannya yaitu perusahaan *high profile* yang menerbitkan laporan Keberlanjutan dan terdaftar pada BEI tahun 2019-2020. Alasan peneliti mengambil sampel tersebut dikarenakan, perusahaan *high profile* merupakan

perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, tingkat resiko politik yang tinggi atau tingkat kompetisi yang ketat. Selain itu, alasan peneliti mengambil tahun sampel 2019-2020 karena pada tahun tersebut adanya pandemi covid-19 yang menyebabkan *media exposure* memiliki peranan penting dalam kelangsungan dan pertumbuhan perusahaan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Perumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *media exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2020?
2. Apakah *slack resources* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2020?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menguji apakah *media exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2020.
2. Untuk menguji apakah *slack resources* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2020.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Ada beberapa hasil dari penelitian yang diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu:

1. Bagi peneliti, diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengungkapan CSR perusahaan yang berada di Indonesia.
2. Bagi akademisi, dapat dijadikan sebagai bahan rujukan terhadap variabel yang dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR.
3. Bagi perusahaan, diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk aktivitas pengambilan keputusan berupa kebijakan oleh pihak yang bertanggungjawab dalam mengambil kebijakan perusahaan.
4. Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti penelitian sejenis, diharapkan dapat menambah referensi sehingga penelitian lebih baik dalam segala aspek.

#### 1.5 Sistematika Penulisan

Untuk dapat memudahkan dan mendapatkan gambaran yang luas terkait isi penelitian ini, maka pembahasan ini dilakukan secara komprehensif dan sistematis meliputi :

##### **BAB I            PENDAHULUAN**

Bab ini berisi penjelasan mengenai latar belakang, rumusan masalah mengenai judul yang diangkat, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan dari penelitian ini.

##### **BAB II          TINJAUAN PUSTAKA**



Bab ini berisi penjelasan mengenai landasan teori penelitian, penelitian terdahulu yang dijadikan referensi pada penelitian ini, dan kerangka berpikir mengenai hubungan antara variabel yang diteliti.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi mengenai penjelasan jenis dan desain penelitian, variabel yang digunakan, metode pengumpulan data, dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi gambaran umum terkait onjek penelitian, hasil dari pengujian hipotesis, dan pembahasan serta analisis yang berkaitan dalam penelitian yang dilakukan.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari pengujian yang dilakukan, saran, dan keterbatasan penelitian ini.

