

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Ketika memulai bisnis setiap perusahaan akan memiliki keinginan untuk menjalankan usahanya secara berkelanjutan untuk jangka waktu yang lama. Perusahaan akan melakukan kegiatan yang dinamis sesuai dengan perkembangan kondisi pasar untuk bertahan. Namun, seiring waktu akan muncul persaingan usaha yang menuntut perusahaan untuk menerapkan strategi-strategi yang matang agar dapat memenangkan persaingan.

Dalam implementasi strategi perusahaan akan menghadapi kendala untuk mewujudkannya. Keterbatasan pendanaan menjadi salah satu kendala. Dengan keterbatasan menghimpun tambahan pendanaan dari pihak ketiga, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui Bursa Efek Indonesia (BEI) memberikan kesempatan bagi perusahaan yang ingin merubah status dari perusahaan tertutup menjadi perusahaan terbuka dengan melakukan penawaran saham kepada masyarakat serta mencatatkan sahamnya di bursa. Hal ini menjadi solusi perusahaan untuk mendapatkan suntikan dana dari investor.

Keputusan yang diambil oleh investor untuk menanamkan modal pada suatu perusahaan didukung oleh banyak pertimbangan. Perusahaan akan melakukan banyak hal untuk meningkatkan minat konsumen, *stakeholders*, dan investor untuk mempertahankan eksistensi perusahaan serta memperluas cakupan bisnisnya. Oleh karena itu, sebagai bentuk upaya pertanggungjawaban kepada

stakeholders, perusahaan akan menerbitkan laporan keuangan dan non-keuangan. Selain memperhatikan kinerja finansial yang tertuang dalam laporan keuangan, dalam ekonomi pasar global saat ini peran perusahaan terhadap tanggung jawab sosial serta lingkungan (*Corporate Social Responsibility*) juga menjadi perhatian.

Fenomena mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) sudah menjadi perbincangan global dan telah dilaksanakan oleh sebagian besar perusahaan di seluruh dunia. Hal ini disebabkan karena melakukan kegiatan dan menyusun laporan CSR menjadi semakin penting dalam perkembangan bisnis perusahaan untuk menunjukkan komitmen mereka terhadap masalah lingkungan dan sosial. Dikarenakan perubahan sains dan teknologi dalam pengembangan dunia usaha saat ini mengalir dengan sangat cepat. Diikuti dengan penggunaan sumber daya alam untuk dijadikan bahan produksi yang menuntut setiap pelaku usaha untuk melakukan kegiatan yang dapat menjaga keberlanjutan sosial dan lingkungan.

Indonesia adalah negara terbesar di kawasan Asia Tenggara, terletak di jalur perdagangan dunia dan memiliki lingkungan sosial serta geografis yang kompleks dan beragam. Dengan kondisi ini, perusahaan yang ada di Indonesia telah menghadapi berbagai keadaan yang mendorong perusahaan tersebut untuk melakukan praktik CSR. Permasalahan di Indonesia yang berkaitan dengan kegiatan CSR yang dapat dilakukan adalah pemberantasan kemiskinan, kesehatan dan pemberdayaan lingkungan, polusi, serta kestabilan sosial dan politik. Selain investor domestik, Indonesia sangat membutuhkan investasi asing langsung sejak krisis ekonomi 1998. Namun, karena kurangnya transparansi perusahaan dalam pelaporan kegiatannya mengakibatkan investor dan pemberi pinjaman lambat untuk menanamkan modalnya di Indonesia (Djajadikerta & Trireksani, 2012).

Kegiatan CSR pada dasarnya melibatkan karakteristik sosial ke dalam produk dan operasional perusahaan, menerapkan praktik manajemen sumber daya manusia yang progresif, dan mencapai level kinerja yang lebih tinggi terhadap kepedulian akan lingkungan seperti melalui aktifitas daur ulang dan pengurangan polusi. Tujuan melakukan kegiatan CSR adalah untuk mendapatkan perhatian serta kepercayaan dari masyarakat dalam memandang perusahaan tersebut. Hal ini akan berdampak kepada nilai yang diciptakan oleh perusahaan yang semakin tinggi seiring dengan meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Sehingga fokus perusahaan selain memaksimalkan laba atau memperbaiki kinerja finansial, perusahaan juga dituntut untuk melakukan kegiatan CSR dan mengungkapkannya agar dapat memberikan dampak positif terhadap lingkungan (McWilliams, Siegel & Wright, 2006).

Perkembangan zaman dan penyesuaian kondisi pasar saat ini telah mendorong pemerintah Indonesia untuk sadar akan pentingnya pelaksanaan dan pengungkapan kegiatan CSR oleh perusahaan. Sehingga pemerintah telah menerbitkan regulasi yang menjabarkan pentingnya CSR bagi perusahaan yaitu Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pada Pasal 1 Ayat 3 dituliskan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Selain itu, lebih lanjut disebutkan dalam Pasal 74 Ayat 1, perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam adalah perseroan yang kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam. Sedangkan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam adalah perseroan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumber daya alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam termasuk pelestarian fungsi lingkungan hidup. Hal ini dapat dikatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam atau berkaitan dengan hal itu, menjadi perusahaan yang lebih sensitif dan kegiatannya dapat memberikan dampak terhadap lingkungan.

Media dalam mengungkapkan informasi kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat disusun dalam laporan tahunan maupun laporan khusus seperti laporan keberlanjutan (*Sustainability Report*). Namun saat ini, pengungkapan CSR melalui situs perusahaan menjadi hal baru dan telah banyak dilakukan oleh perusahaan. Pengungkapan CSR menggunakan situs perusahaan dipilih dikarenakan interaktif yang tercipta dan jangkauan internet yang sangat luas. Selain itu, biaya untuk pengungkapan informasi perusahaan lebih efektif dibandingkan pelaporan yang bersifat *hard copy* (Debrecey, Gray & Rahman, 2002).

Menurut Hunter & Bansal (2007) menggunakan internet sebagai media untuk pengungkapan informasi telah menjadi salah satu cara yang signifikan dalam membantu menyebarkan informasi dan mengubah *landscape* perusahaan dalam

berkomunikasi. Lodhia (2014) telah melakukan pengamatan bahwa saat ini perusahaan telah melakukan peralihan yang bertahap untuk menyediakan informasi kegiatan CSR yang mulanya dalam laporan tahunan *hard copy* menjadi pengungkapan informasi CSR melalui internet. Hal ini dikarenakan semakin banyaknya *stakeholders* yang mengandalkan situs perusahaan untuk memperoleh informasi praktik dan kinerja sosial dan lingkungan perusahaan. Lebih lanjut dijelaskan, walaupun terjadi peningkatan dalam komunikasi perusahaan melalui internet dalam beberapa waktu terakhir, namun potensi yang dimiliki oleh situs perusahaan belum sepenuhnya dan belum dimanfaatkan secara maksimal untuk pengungkapan informasi CSR.

Pada tahun 2015 OJK telah menerbitkan Peraturan OJK Nomor 8/POJK.04/2015 Tentang Situs Web Emiten atau Perusahaan Publik. Pada Pasal 2 tertulis bahwa setiap emiten atau perusahaan publik wajib memiliki situs web. Lebih lanjut dijelaskan pada Pasal 6, situs web perusahaan tersebut wajib memuat informasi paling kurang mengenai informasi umum perusahaan, informasi bagi investor, informasi tata kelola perusahaan, dan informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan. Informasi yang wajib dijelaskan oleh perusahaan mengenai tanggung jawab sosial tersebut paling kurang memuat kebijakan, jenis program, dan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut. Aspek yang diungkapkan berdasarkan ketiga komponen tersebut adalah lingkungan hidup, praktik ketenagakerjaan, pengembangan sosial dan kemasyarakatan, dan tanggung jawab produk serta konsumen.

Pengungkapan CSR melalui situs perusahaan telah diteliti oleh Chapple & Moon (2005). Penelitian dilakukan dengan menganalisis pengungkapan informasi CSR di situs 50 perusahaan terbaik berdasarkan pendapatan operasinya di tujuh negara Asia yang menjadi sampelnya yaitu India, Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Korea Selatan dan Thailand. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengungkapan informasi CSR sangat beragam diantara negara-negara Asia tersebut. Indonesia diperhitungkan sebagai salah satu negara yang dianggap paling tidak aktif dalam pengungkapan kegiatan CSR di perusahaannya.

Didukung dengan penelitian oleh Djajadikerta & Trireksani (2012) sampel yang digunakan dalam penelitian ini fokus kepada pengungkapan informasi CSR pada situs perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2008 dengan mengelompokkan jenis perusahaan menjadi dua kelompok, yaitu kelompok perusahaan sensitif lingkungan dan tidak sensitif lingkungan. Teknik *content analysis* digunakan untuk mengukur tingkat pengungkapan informasi CSR di setiap masing-masing kelompok perusahaan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan pengungkapan informasi CSR pada situs perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia masih rendah dan sebagian besar pengungkapan dilakukan secara deskriptif.

Dengan demikian, penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran terbaru terkait dengan pengungkapan informasi CSR yang dilakukan oleh perusahaan di Indonesia. Penelitian ini difokuskan untuk mengukur tingkat pengungkapan informasi CSR melalui situs perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia serta menyelidiki apakah ada perbedaan tingkat pengungkapan informasi CSR berdasarkan klasifikasi industrinya.

Beberapa penelitian serupa telah dilakukan sebelumnya, namun penelitian sekarang memiliki perbedaan pada periode penelitian, indikator dan sampel yang digunakan. Pengukuran tingkat pengungkapan informasi CSR di situs perusahaan pada penelitian sekarang menggunakan metode *content analysis* yang diadaptasi dari penelitian Cross & Djajadikerta (2004). Penelitian tersebut menilai pengungkapan informasi CSR berdasarkan indikator tema pengungkapan informasi dengan menggunakan tiga dimensi, yaitu bukti (*evidence*) kegiatan, kerangka waktu (*time frame*) kegiatan dan spesifikasi (*specificity*) kegiatan. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah emiten atau perusahaan terdaftar yang diwajibkan mengungkapkan informasi CSR berdasarkan POJK Nomor 8/POJK.04/ 2015 pada situs perusahaan, data tersebut didapatkan dengan teknik dokumentasi melalui Bursa Efek Indonesia (BEI).

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah tingkat pengungkapan informasi CSR pada situs perusahaan di Indonesia sudah memadai?
2. Apakah ada perbedaan tingkat pengungkapan informasi CSR berdasarkan klasifikasi industri perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris mengenai tingkat pengungkapan informasi CSR pada situs perusahaan.

2. Untuk menemukan apakah ada atau tidak perbedaan tingkat pengungkapan informasi CSR berdasarkan klasifikasi industri perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak berikut :

1. Bagi investor, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memberikan sumbangan pikiran dan membantu investor untuk membuat suatu keputusan bisnis, terutama keputusan terkait pembiayaan dan operasional perusahaan. Selain itu, investor dapat memantau kinerja sosial dan lingkungan perusahaan serta memprediksi arus kas masa depan yang dapat dihasilkan oleh perusahaan.
2. Bagi manajemen, hasil penelitian ini akan mendorong manajemen untuk melakukan pengungkapan informasi CSR yang lebih baik agar investor semakin tertarik dan meningkatkan ketersediaannya dalam menginvestasikan dana untuk perusahaan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini akan jadi pertimbangan untuk meneliti perkembangan isu dalam pengungkapan informasi CSR lebih luas.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab yang disusun secara berurutan. Bab pertama membahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan. Bab kedua menjelaskan literatur yang digunakan untuk penelitian sebagai landasan teori, penelitian sebelumnya yang sejenis, kerangka

pemikiran penelitian serta pengembangan hipotesis penelitian. Bab ketiga berisi mengenai bagaimana penelitian ini dilakukan secara operasional melalui metodologi penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data yang digunakan serta metode analisis data. Selanjutnya bab keempat menjelaskan objek penelitian, seluruh proses penelitian, teknik analisis data dan hasil dari pengujian sesuai dengan metode yang digunakan. Terakhir bab kelima menggambarkan keseluruhan kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Selain itu, keterbatasan dalam penelitian ini juga dijelaskan dan saran yang dapat dilakukan oleh pihak yang berkepentingan.

