

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Aktivitas perusahaan dapat memberikan dampak positif seperti menciptakan lapangan kerja, menghasilkan produk dan mendorong pertumbuhan ekonomi, namun juga memiliki dampak negatif seperti masalah sosial dan gangguan pelestarian lingkungan (Sumarsono, Sudardi, Wardo, & Abdullah, 2018). Adanya dampak pada sosial dan lingkungan tersebut menimbulkan desakan dari masyarakat kepada perusahaan untuk bertanggung jawab atas dampak yang ditimbulkan. Tuntutan dari masyarakat ini membuat perusahaan harus menjalankan tanggung jawab sosialnya (Muwazir & Hadi, 2014).

Tanggung jawab sosial dan lingkungan ini didasarkan pada pengakuan bahwa faktor ekonomi (keuangan) bukan hanya satu – satunya elemen dalam kehidupan organisasi namun juga terhubung dengan pengakuan sosial dan politik (Gray, Kouhy, & Lavers, 1995). Hal ini menjadikan perusahaan tidak lagi berfokus pada nilai perusahaan yang dilihat dari sisi keuangan saja (*single bottom line*). Selain aspek keuangan, perusahaan juga harus memperhatikan aspek lingkungan dan sosial (*triple bottom line*). Hal ini didasarkan pada pandangan bahwa kondisi *financial* atau keuangan saja tidak cukup untuk menjamin keberlanjutan perusahaan. Bisnis memainkan peran yang tidak hanya berkaitan dengan kegiatan komersialnya (berorientasi laba), namun juga berpartisipasi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Robins, 2008). Perusahaan tidak hanya diharapkan bisa bersaing secara

global, namun juga harus mempertimbangkan aspek etika (Othman, Darus, & Arshad, 2011).

Konsep *triple bottom line* pertama kali diperkenalkan oleh Elkington pada tahun 1998, konsep ini bertujuan untuk mencapai keseimbangan antara dimensi sosial (*people*), lingkungan (*planet*), dan ekonomi (*profit*). Dimensi ekonomi menunjukkan kemampuan untuk menghasilkan laba, sedangkan dimensi sosial berhubungan dengan penghormatan terhadap hak asasi manusia dan dimensi lingkungan menunjukkan kemampuan untuk mempertahankan kualitas dan kemampuan sumber daya alam (Valeri, 2018). Tuntutan pencapaian keseimbangan ketiga dimensi ini membuat perusahaan mengadopsi konsep *triple bottom line*.

Tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan kemudian dikomunikasikan atau diungkapkan melalui laporan tahunan, atau laporan keberlanjutan. Laporan dan komunikasi merupakan bagian dari proses mendasar dari perbaikan berkelanjutan dan menyajikan hasil CSR (*Corporate Social Responsibility*) kepada publik untuk informasi dan validasi (Kleine & Hauff, 2009). Praktik pengkomunikasian tanggung jawab sosial perusahaan yang pada awalnya dilakukan secara sukarela, sekarang sudah diwajibkan. Hal ini dibuktikan dengan lebih banyaknya persyaratan hukum dan politik yang diperkenalkan oleh regulator (Weder, Einwiller, & Eberwein, 2019).

Praktik pelaporan sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh berbagai perusahaan diselaraskan dengan kerangka kerja atau pedoman yang telah dikembangkan oleh GRI yang terbukti dapat mendorong harmonisasi (Einwiller, Ruppel, & Schnauber, 2016). GRI didirikan pada tahun 1997 di Boston, AS. Bersama

dengan organisasi CERES (*Coalition for Environmentally Responsible Economics*) dan *Tellus Institute*, dengan dukungan dari *United Nations Environment Programme* (UNEP). Pedoman GRI menyediakan *template* rancangan pelaporan yang membantu perusahaan untuk memberikan informasi mengenai kegiatan yang dilakukan perusahaan (Hedberg & Malmberg, 2003). Pedoman ini memungkinkan perusahaan untuk berkomunikasi dengan para pemangku kepentingan mereka tentang kinerja dan akuntabilitas di luar garis batas keuangan saja (Willis, 2003).

Praktik pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan ini tidak hanya dilakukan di negara maju, namun juga negara berkembang. Praktik ini didorong oleh tuntutan stakeholder. Ali, Frynas & Mahmood (2017) menemukan perbedaan antara penentu pengungkapan tanggung jawab sosial di negara maju dan berkembang. Di negara maju pengungkapan lebih banyak dipengaruhi oleh regulator, pemegang saham, kreditor, investor, dan media sedangkan negara berkembang lebih didorong oleh kekuatan eksternal seperti pembeli internasional, investor asing dan media internasional. Negara berkembang menerima sedikit tekanan dari publik terkait pengungkapan tanggung jawab sosial. Disisi lain, tujuan ekonomi juga menjadi perhatian dari perusahaan dalam mengambil keputusan untuk melakukan praktik pengungkapan. Praktik pengungkapan ini dilakukan oleh perusahaan karena praktik ini memberikan pengaruh terhadap kinerja perusahaan (Bidhari, Salim, Aisjah, & Java, 2013).

Beberapa penelitian (Othman et al (2011), Juniati, Gunawan (2015), Djajadikerta & Trireksani (2012), Abeysekera (2008) dan Patten & Zhao (2014) telah menginvestigasi motivasi yang mendorong perusahaan untuk melakukan

pengungkapan informasi sosial dan lingkungan. Othman et al (2011) menyatakan bahwa peraturan yang dibuat pemerintah bisa mendorong perusahaan untuk terlibat dalam pengungkapan (Othman et al., 2011), namun penelitian lain menunjukkan bahwa perusahaan terlibat dalam pengungkapan tanggungjawab sosial dan lingkungan karena ingin menciptakan *positive image* (penilaian positif) yang dianggap sebagai sesuatu yang vital untuk terwujudnya kesuksesan bisnis (Juniati, Gunawan, 2015), memperoleh pengakuan dari masyarakat (Djajadikerta & Trieksani, 2012), dukungan sosial (Abeysekera, 2008) dan meningkatkan reputasi (Patten & Zhao, 2014).

Adanya perbedaan motivasi perusahaan dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungannya, membuat penulis terdorong untuk melakukan penelitian mengenai motivasi perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan. Terlebih lagi, Pedoman GRI yang digunakan memberikan pilihan bagi perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang material. Sehingga pada jenis industri yang berbeda akan mengungkapkan informasi yang berbeda berdasarkan kebutuhan *stakeholder* utama mereka (Sweeney & Coughlan, 2008). Setiap informasi yang diungkapkan memiliki pesan berbeda mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Yusoff, Lehman, & Nasir (2006). Motivasi pengungkapan lingkungan terdiri atas lima motif yaitu kepedulian pada *stakeholder*, kepedulian pada lingkungan, kepatuhan pada peraturan dan perbaikan operasional. Lima motif ini digunakan untuk penelitian di Indonesia dengan asumsi bahwa motif tersebut berlaku universal. Perbedaan dengan

penelitian sebelumnya adalah jika penelitian yang dilakukan oleh Yusoff et al., (2006) berfokus pada pengungkapan lingkungan, maka penelitian ini mencoba memperluas cakupan bahasan menjadi motivasi pengungkapan sosial dan lingkungan. Pengujian dilakukan kepada 50 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan kapitalisasi tertinggi.

1.2 Rumusan Masalah

Praktik pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan telah mengalami peningkatan. Beberapa penelitian (Othman et al (2011), Juniati, Gunawan (2015), Djajadikerta & Trireksani (2012), Abeysekera (2008), Patten & Zhao, (2014)) telah menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan sosial dan lingkungan. Faktor-faktor seperti peraturan pemerintah, *positive image*, pengakuan masyarakat, dukungan sosial dan reputasi. Yusoff et al (2006) menyebutkan setidaknya ada lima motif yang melatarbelakangi pengungkapan informasi sosial dan lingkungan yaitu kepedulian terhadap *stakeholder*, kepedulian terhadap lingkungan, kepatuhan pada peraturan, peningkatan nilai pemegang saham dan perbaikan operasional.

Motivasi yang melatarbelakangi pengungkapan tanggungjawab sosial dan lingkungan dalam konteks perusahaan di Indonesia masih belum banyak diteliti. Penelitian ini akan menginvestigasi faktor yang melatarbelakangi atau memotivasi perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan. Uraian diatas mengantarkan penelitian ini pada masalah :

1. Bagaimana praktik pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan di Indonesia ?
2. Apakah motif yang mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis praktik pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan di Indonesia
2. Menganalisis motif yang mendorong perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

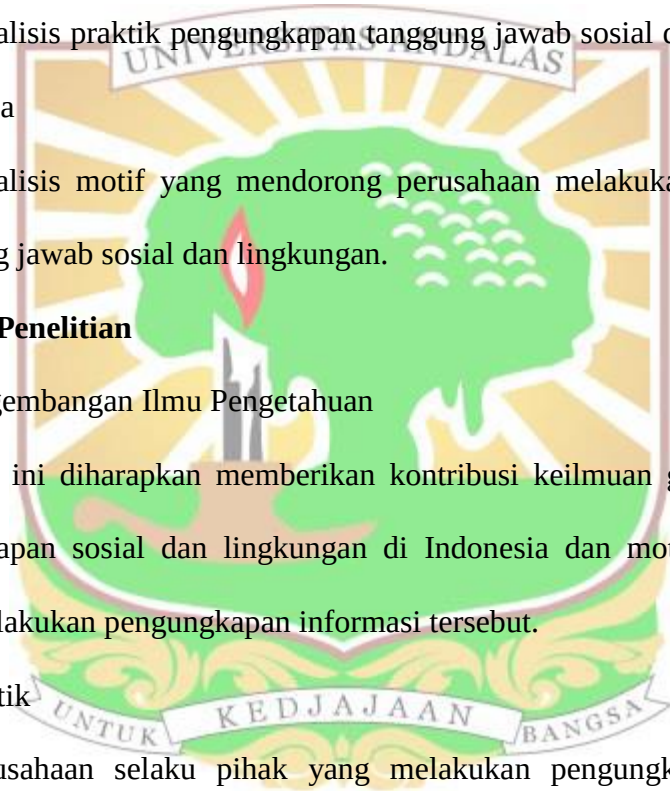
Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi keilmuan gambaran praktik pengungkapan sosial dan lingkungan di Indonesia dan motivasi perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi tersebut.

2. Bagi Praktik

Bagi perusahaan selaku pihak yang melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan, penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan dan pendorong dalam pengambilan keputusan untuk lebih meningkatkan tanggung jawab dan kepeduliannya terhadap lingkungan dan sosial.

3. Bagi Regulator

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada regulator mengenai apakah peraturan yang telah dibuat dapat mendorong perusahaan



untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Serta, membantu regulator dalam mengawasi, mengatur, dan mengubah peraturan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan landasan teori dari penelitian, kajian-kajian para ahli yang menunjang topik penelitian, dan review penelitian terdahulu.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan metode analisis.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan tentang deskripsi objek penelitian, hasil analisis data

BAB V PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan dari analisis yang telah dilakukan, keterbatasan penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya.

