

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

Tantangan global yang dihadapi saat ini seperti perubahan sosial, perubahan iklim, dan kerusakan lingkungan menjadi fenomena yang tidak dapat dihindari. Mulai dari modernisasi, curah hujan yang tinggi, musim kemarau yang berkepanjangan, pencemaran lingkungan, bahkan sampai kebakaran hutan. Hutan dan pepohonan yang awalnya tumbuh dengan asri dan rindang perlahan-lahan mengalami penggundulan sebagai akibat dari ulah manusia melakukan penebangan secara liar dan pembakaran hutan. Aktivitas pertambangan juga kerap kali dilakukan baik manusia maupun perusahaan secara ilegal sehingga dapat mengubah tujuan dari aktivitas tersebut. Tujuan aktivitas pertambangan bermula dari tersedianya lapangan pekerjaan, bahan hasil tambang yang diperoleh dapat memiliki nilai jual yang tinggi, dan aktivitas pasca pertambangan membuat masyarakat lebih peduli untuk mengembalikan lingkungannya seperti semula lagi. Namun, tujuan itu berubah bila aktivitas pertambangan memiliki potensi untuk merusak lingkungan dan membahayakan masyarakat sekitar hingga timbul korban jiwa.

Sejatinya, perusahaan dibangun dan berdiri di tengah lingkungan masyarakat. Kegiatan operasional yang dilakukan perusahaan pun mau tidak mau harus memperhatikan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat agar tidak menimbulkan konflik. Hal ini sejalan dengan teori legitimasi yang

menyatakan bahwa perusahaan harus dapat memastikan kegiatan operasionalnya berjalan sesuai dengan nilai dan norma di masyarakat agar keberadaan perusahaan dapat diterima oleh masyarakat sehingga masyarakat memiliki kepercayaan terhadap perusahaan dan nantinya keberlangsungan hidup, perkembangan, dan kemajuan perusahaan dapat berjalan dalam jangka waktu yang panjang. Selain itu, kegiatan operasional perusahaan juga harus dapat memperhatikan dampak lingkungan yang ditimbulkan akibat dari kegiatan operasionalnya. Karena perusahaan diibaratkan sebagai pisau bermata dua, dapat merusak sekaligus membangun. Perusahaan memang mampu menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar dan dapat mengangkat pertumbuhan ekonomi di suatu daerah namun disisi lain juga berpotensi untuk merusak lingkungan.

Sebagai contoh kasus perusahaan yang terjadi adalah PT Timah Tbk tahun 2018-2019 yang melakukan reklamasi pasca penambangan di Desa Mapur, Kecamatan Riausilip, Kabupaten Bangka dengan lahan tambang sebesar 100 ha. Namun, hanya 10 ha yang direklamasi dan sisanya dibiarkan dalam kondisi berlubang ([www.suara.com](http://www.suara.com)). Ada pula kegiatan pertambangan yang dilakukan PT Vale Indonesia Tbk pada akhir tahun 2018 menyebabkan pencemaran pada Danau Mahalona. Berdasarkan hasil investigasi Aktivis Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI) di Sulawesi Selatan mengatakan bahwa buangan tanah bekas tambang PT Vale Indonesia Tbk mengakibatkan sedimentasi meningkat hingga membentuk daratan baru yang penuh lumpur di pinggir Danau Mahalona.

([www.walhi.or.id](http://www.walhi.or.id)). Berdasarkan contoh kasus permasalahan lingkungan yang dilakukan oleh PT. Timah dan PT. Vale Indonesia menyebabkan reaksi negatif dari masyarakat seperti memberikan aksi protes dan tuntutan karena telah merusak sumber mata pencaharian, mengganggu kenyamanan, serta kelestarian lingkungan. Reaksi negatif dari masyarakat pun memiliki dampak bagi perusahaan yaitu menurunnya citra perusahaan sebagai akibat dari penolakan atas keberadaan bisnis perusahaan di lingkungan, menimbulkan kerugian keuangan perusahaan untuk biaya ganti rugi atas kegiatannya, hingga mengganggu keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Kondisi tersebut membuktikan bahwa setiap perusahaan belum sepenuhnya bertanggungjawab terhadap dampak yang ditimbulkan akibat dari kegiatan yang dilakukan dan oleh sebab itu perusahaan diharapkan untuk lebih meningkatkan kesadarannya dengan lebih memperhatikan lingkungan dan mempertimbangkan tanggung jawab sosialnya sebagai akibat dari kegiatan operasional yang dilakukan. Karena perusahaan sangat erat kaitannya dengan lingkungan dan masyarakat.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh (Vanessa & Meiden, 2020) bahwa secara ideal, perusahaan diharapkan dapat melakukan berbagai tindakan sosial sebagai bentuk kontribusi secara nyata dalam rangka untuk memelihara lingkungan sekaligus melestarikan sumber daya alam. Kontribusi secara nyata tersebut dapat diwujudkan melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan. Rokhlinasari dalam (Vanessa & Meiden, 2020) mengatakan bahwa

tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bentuk komitmen perusahaan dalam jangka panjang untuk bertindak sesuai dengan hukum, nilai, dan norma yang berlaku guna memberikan kontribusi dalam pembangunan ekonomi nasional termasuk peningkatan kualitas hidup dan lingkungan bagi para pemangku kepentingan. CSR juga dapat diartikan sebagai cara perusahaan mengelola kegiatan operasionalnya dalam menghasilkan produknya agar memiliki dampak positif bagi dirinya, masyarakat, dan lingkungan sekitar. Oleh karena itu, CSR tidak lagi berpatokan pada konsep *Single Bottom Lines* atau perusahaan hanya berorientasi pada keuntungannya saja, namun konsep tersebut berganti menjadi *Triple Bottom Lines* dimana perusahaan dalam mengelola bisnisnya harus memperhatikan lingkungan sekitar sehingga mampu mendatangkan manfaat yang dapat dirasakan tidak hanya bagi perusahaan saja, tetapi bagi karyawan, masyarakat, dan lingkungan juga. Adapun contoh implementasi dari kegiatan CSR yaitu pihak perusahaan melakukan pendampingan dan mendanai petani untuk membudidayakan tanaman tertentu yang diharapkan hasil panennya mampu memperbaiki perekonomian mereka, membangun sekolah-sekolah, membiayai program beasiswa, melakukan reklamasi sampai mengadakan kegiatan posyandu. Apabila perusahaan melakukan kegiatan tersebut secara terus-menerus maka dapat membantu masyarakat untuk membangun ekonomi secara berkelanjutan sekaligus mampu meningkatkan kualitas hidup bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

Adanya konsep CSR tersebut diharapkan kerusakan lingkungan yang terjadi di Indonesia dapat diminimalisir.

Pengungkapan CSR dapat dijadikan sebagai sarana untuk membantu mengkomunikasikan dampak lingkungan dan sosial dari kegiatan ekonomi perusahaan kepada pihak pemangku kepentingan. Dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial, perusahaan dapat memperoleh manfaat seperti terhindar dari citra yang negatif sebagai perusak lingkungan yang hanya mengejar keuntungan tanpa memedulikan akibat dari kegiatan usahanya, dapat memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*, membuka peluang pasar yang lebih luas serta dapat menumbuhkan rasa kepercayaan kepada masyarakat. Oleh karena itu, semakin tinggi pengungkapan CSR, maka semakin tinggi pula tingkat kepedulian dan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sosial (Oviliana et al., 2021). Selain itu, perusahaan yang mengungkapkan kegiatan dari CSR pun akan memiliki dampak positif yaitu dapat meningkatkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan maka akan membuat pihak investor percaya terhadap kinerja perusahaan saat ini maupun di masa depan (Muhlis & Gultom, 2021). Meningkatnya nilai perusahaan juga dapat menjadi daya tarik bagi pihak investor untuk menginvestasikan modalnya di perusahaan tersebut (Rizaldi et al, 2019). Kemudian dana investasi itu dapat digunakan oleh perusahaan untuk menunjang kegiatan operasionalnya sehingga diharapkan keberlangsungan hidup perusahaan dapat berjalan dalam jangka waktu yang panjang.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia diatur dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 ayat 1 yang isinya menyatakan bahwa setiap perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan guna meningkatkan taraf hidup masyarakat. Perusahaan yang melakukan pelaksanaan tanggung jawab sosial perlu untuk mengungkapkan dan mempertanggungjawabkannya ke dalam laporan tahunan atau annual report agar dapat diketahui oleh pihak pemangku kepentingan (Dewi & Dita, 2016).

Fenomena kasus yang terjadi pada PT. Timah dan PT. Vale Indonesia dimana kedua perusahaan tersebut merupakan bagian dari perusahaan yang terdaftar di Indeks Kompas100 mengindikasikan bahwa tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan belum maksimal. Hal ini diperkuat dengan adanya data pengungkapan CSR dari perusahaan yang terdaftar di indeks kompas100 pada tahun 2019 bahwa CSR yang diungkapkan sedikit lebih rendah daripada tahun 2018 dengan rata-rata Pengungkapan CSR untuk tahun 2018 adalah sebesar 0,262 dan rata-rata pengungkapan CSR tahun 2019 sebesar 0,246. Rendahnya pengungkapan CSR ini paling dirasakan oleh perusahaan PT XL Axiata Tbk. Pengungkapan CSR PT XL Axiata Tbk tahun 2019 rendah dikarenakan kegiatan operasional perusahaan tidak berdampak secara langsung terhadap lingkungan. Jadi bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan PT XL Axiata Tbk lebih fokus pada memberikan kesejahteraan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital seperti mensosialisasikan aplikasi Laut Nusantara bagi nelayan

agar produktivitas mereka meningkat, meluncurkan program pelatihan dan pengembangan kepemimpinan bagi mahasiswa yang bernama “XL Future Leaders” serta program “XL Axiata Youth Leadership Camp” untuk membangun softskill bagi generasi muda. Data pengungkapan CSR perusahaan yang terdaftar di indeks kompas100 tahun 2018-2019 penulis cantumkan pada bagian lampiran 1.

Rendahnya pengungkapan CSR diatas tentu memiliki perbedaan pada setiap perusahaan dan tergantung dengan faktor yang memengaruhinya. Penelitian ini menggunakan beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR sebagai berikut:

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Secara umum, laba yang dihasilkan perusahaan dapat berasal dari penjualan dan investasi yang dilakukan perusahaan (Dewi dan Sari, 2019). Rifqiyah dalam Vanessa dan Meiden (2020) menyatakan bahwa perusahaan dengan profitabilitas tinggi akan cenderung mendorong pihak manajemen untuk melakukan tanggung jawab sosialnya secara lebih aktif dan mengungkapkan informasinya secara lebih luas. Karena perusahaan memiliki laba yang cukup tinggi akan mampu untuk mendanai atau mengalokasikan biaya pengeluaran dari kegiatan CSR. Hal ini didukung oleh penelitian (Mukhtar, 2019), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur menggunakan ROA berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Profitabilitas yang tinggi akan mendorong pihak manajemen untuk memberikan informasi yang lebih rinci seperti pengungkapan CSR agar

dapat meyakinkan investor untuk berinvestasi di perusahaan sehingga perusahaan memperoleh laba yang dapat digunakan sebagian untuk melakukan kegiatan CSR. Namun berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh (Respati & Hadiprajitno, 2015) bahwa perusahaan yang memiliki laba tinggi belum tentu melakukan kegiatan CSR karena perusahaan dianggap hanya fokus pada laba saja.

*Leverage* merupakan rasio yang seringkali digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam melakukan kegiatan operasional perusahaan menggunakan hutang. Karena hutang dapat dijadikan sebagai salah satu sumber pendanaan untuk melakukan ekspansi atau pengembangan bagi perusahaan. Semakin tinggi tingkat *leverage* perusahaan maka akan mengakibatkan semakin tinggi jumlah hutang yang harus dibayar sehingga dapat meningkatkan resiko tidak tertagihnya hutang tersebut. Oleh karena itu, dibutuhkan tambahan informasi untuk menghilangkan keraguan kepada *stakeholders*. Hal ini sejalan dengan penelitian (Rofiqkoh & Priyadi, 2016) dimana perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi wajib untuk melakukan pengungkapan secara lebih luas dibandingkan dengan perusahaan tingkat *leverage* yang rendah agar dapat diyakini oleh pihak kreditor bahwa perusahaan mampu melunasi kewajibannya saat jatuh tempo sehingga perusahaan akan memberikan informasi mengenai kondisi perusahaan termasuk informasi CSR secara luas.

Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu tolak ukur yang digunakan untuk menentukan besar kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diukur berdasarkan total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Besarnya perusahaan menandakan bahwa perusahaan tersebut memiliki banyak pengalaman dan ide

serta laba yang lebih besar dan nantinya akan dimanfaatkan untuk mengembangkan bisnisnya (As'ari & Pertiwi, 2021). Oleh karena itu, perusahaan besar akan cenderung mendapatkan perhatian lebih dari masyarakat sehingga pihak manajemen akan cenderung mengungkapkan informasi terkait tanggung jawab sosialnya secara lebih luas guna memperoleh kepercayaan dari pihak pemangku kepentingan seperti masyarakat dan investor (Vanessa & Meiden, 2020). Penelitian sebelumnya yang dilakukan (Mukhtar, 2019) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan CSR, dimana perusahaan yang besar jika dilihat dari tingkat total aktivitya akan mengungkapkan lebih banyak kegiatan CSR.

Penelitian ini menggunakan perusahaan yang terdaftar di Indeks Kompas100. Seperti yang diungkapkan oleh (Pamungkas, 2015) bahwa Indeks Kompas100 merupakan salah satu indeks saham unggulan di bursa efek Indonesia dengan proses pemilihan 100 saham yang masuk dalam indeks ini mempertimbangkan faktor likuiditas, kapitalisasi pasar, kinerja fundamental yang baik. Rasio likuiditas merupakan rasio yang menunjukkan hubungan antara kas dan aset lancar perusahaan dengan kewajiban lancarnya (Brigham dan Houston, 2010). Karena likuiditas yang baik dapat menggambarkan perusahaan dalam melunasi kewajiban lancarnya menjadi uang kas lebih cepat sehingga dapat menghasilkan laba yang nantinya mampu untuk mendanai dan mengungkapkan kegiatan dari CSR. Selain itu, penelitian ini juga ingin melihat pengungkapan CSR pada perusahaan ini secara umum dan tidak dikhususkan pada perusahaan sektor tertentu.

Alasan diadakan penelitian ini adalah untuk menguji kembali apakah beberapa variabel yang penulis pilih tersebut konsisten terhadap penelitian pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Indeks Kompas100. Penelitian ini juga mencoba untuk menjelaskan bagaimana pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Kompas100 selama periode 2018-2019.

Dari latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Kompas100 tahun 2018-2019”**.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka masalah yang akan diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Kompas100 tahun 2018-2019?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Kompas100 tahun 2018-2019?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Kompas100 tahun 2018-2019?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Kompas100 tahun 2018-2019.

2. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Kompas100 tahun 2018-2019.
3. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Kompas100 tahun 2018-2019.

#### **I.4 Manfaat Penelitian**

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan untuk dapat digunakan sebagai bahan referensi pengambilan kebijakan bagi manajemen untuk melaksanakan dan mempublikasikan laporan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan.

b. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan untuk dapat memberikan gambaran tentang laporan keuangan dan laporan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan investasi.

c. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan untuk dapat menambah referensi terutama bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian dengan permasalahan yang serupa.