

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya tidak bisa dilepaskan dari kondisi lingkungan, sosial, dan ekonomi di mana perusahaan tersebut beroperasi. Hal tersebut disebabkan karena perusahaan berdiri di tengah-tengah masyarakat (Maharani & Pertiwi, 2022). Perusahaan memberikan dampak secara langsung maupun tidak langsung kepada lingkungan sekitarnya, termasuk kepada para masyarakat. Selain itu, perusahaan merupakan pelaku ekonomi dan penggerak perekonomian di suatu negara yang di mana juga akan memberikan dampak kepada para masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak bisa dilepaskan dari masyarakat. Namun, dalam pelaksanaannya ternyata masih banyak perusahaan yang tidak terlalu memperhatikan kondisi lingkungan, sosial, dan ekonomi di mana mereka melakukan kegiatan operasionalnya (Yovana & Kadir, 2020).

Adanya persaingan bisnis membuat perusahaan hanya fokus dalam mengoptimalkan laba tanpa memperhatikan kondisi lingkungan, sosial, dan ekonomi yang terjadi (Yanti et al., 2021). Apabila hal ini dibiarkan terjadi maka tidak menutup kemungkinan akan menimbulkan masalah yang lebih besar pada masa yang mendatang. Sementara itu, Indonesia juga sedang berjuang dalam menyelesaikan masalah-masalah terkait lingkungan, sosial, dan ekonomi yang sedang terjadi saat ini. Masalah-masalah yang terjadi antara lain seperti pencemaran lingkungan, kesenjangan ekonomi, kemiskinan,

pendidikan, kesehatan, dan lain-lain. Dengan adanya masalah-masalah tersebut diharapkan perusahaan-perusahaan memiliki kesadaran tentang pentingnya tanggung jawab sosial sebagai langkah guna memberikan dampak positif terhadap kondisi lingkungan, sosial, dan masyarakat (Ali et al., 2021).

Dalam beberapa tahun terakhir, terdapat beberapa kasus nyata yang terjadi di Indonesia mengenai perusahaan yang tidak melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pada tahun 2023, terdapat beberapa perusahaan di Kabupaten Asahan, antara lain PT. KMA, PT. Satu, PT. Perkebunan Teluk Manis dan PT. Jampalan Baru yang tidak transparan dalam melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) kepada masyarakat dan lingkungan. Para warga mendesak agar keempat perusahaan tersebut melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara transparan. Selain itu, warga mendesak pihak berwajib agar menangkap oknum-oknum yang melakukan kerja sama dengan perusahaan yang menimbulkan terhambatnya pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pada tahun yang sama, terdapat juga sebuah perusahaan di Sukabumi, yaitu PT. Clariant Adsorbent Indonesia yang diperingatkan oleh anggota DPRD Kabupaten Sukabumi untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dalam melaksanakan operasionalnya, perusahaan tersebut dilaporkan tidak pernah berkontribusi kepada masyarakat dan lingkungan sekitar. Perusahaan tersebut dituntut untuk memiliki kepedulian terhadap masyarakat serta memahami keinginan masyarakat dan pemerintah setempat. Hal serupa juga terjadi di Kalimantan Barat yang dimana ratusan

perusahaan perkebunan kelapa sawit dinilai tidak peduli dengan masyarakat dan lingkungan.

Ketidakpedulian perusahaan-perusahaan tersebut membuat gubernur Kalimantan Barat, Sutarmidji, menjadi geram. Hal ini disebabkan karena kurangnya kepatuhan perusahaan-perusahaan tersebut dalam melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Salah satu tindakan yang membuat gubernur Kalimantan Barat tersebut geram adalah kurangnya kontribusi perusahaan dalam melakukan pembangunan infrastruktur, khususnya jalan yang rusak. Pasalnya, jalan yang rusak tersebut disebabkan oleh aktivitas perusahaan perkebunan kelapa sawit dan tentunya hal tersebut akan mengganggu aktivitas masyarakat.

Berdasarkan peristiwa-peristiwa tersebut menunjukkan bahwa masih banyak perusahaan yang belum melakukan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, pemerintah mengajak perusahaan untuk meningkatkan kepedulian terhadap kondisi lingkungan, sosial, dan ekonomi. Bahkan, sejak tahun 2007 pemerintah telah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 40 mengenai Perseroan Terbatas. Undang-undang tersebut mengatur kewajiban perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungannya.

Tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi Undang-Undang Nomor 40 mengenai Perseroan Terbatas adalah CSR (*Corporate Social Responsibility*). CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan suatu upaya yang dilakukan perusahaan sebagai

bentuk kepedulian terhadap masalah lingkungan, sosial, dan ekonomi serta sebagai interaksi perusahaan kepada para *stakeholder* (Yovana & Kadir, 2020). Dengan dilaksanakannya CSR (*Corporate Social Responsibility*), perusahaan maupun pelaku bisnis tidak hanya berorientasi kepada keuntungan semata dari kegiatan bisnis yang dijalankan. Selain itu, melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan juga tidak hanya memberikan informasi mengenai keuangan saja, melainkan informasi mengenai sosial dan lingkungan (Christiawan & Muslimin, 2023). Perusahaan-perusahaan diwajibkan untuk melakukan konsep *triple bottom line* dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.

Triple bottom line ini merupakan sebuah pendekatan pada tiga aspek yaitu *profit, planet, and people* (Widyatama et al., 2021). Berdasarkan konsep *triple bottom line* ini perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya tidak hanya fokus pada keuntungan (*profit*), melainkan juga pada kedua aspek lainnya, yaitu lingkungan / alam (*planet*) dan masyarakat (*people*). Lingkungan (*planet*) dan masyarakat (*people*) sudah seharusnya menjadi kewajiban bagi perusahaan-perusahaan untuk diberikan perhatian karena kegiatan bisnis tidak bisa terlepas dari lingkungan dan masyarakat.

Corporate Social Responsibility (CSR) diungkapkan dalam *sustainability report*. Menurut Global Reporting Initiative (GRI), *Sustainability report* merupakan sebuah laporan yang diterbitkan untuk memberikan informasi terkait dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial yang dihasilkan dari kegiatan perusahaan serta komitmen terhadap ekonomi yang

berkelanjutan (Sinaga & Teddyani, 2020). *Sustainability report* ini berisikan tentang nilai-nilai organisasi, tata kelola organisasi, serta strategi-strategi organisasi untuk memberikan kontribusi yang positif terhadap kondisi lingkungan, sosial, dan ekonomi. Selain itu, *sustainability report* merupakan laporan yang wajib diterbitkan oleh lembaga jasa keuangan, emiten, dan perusahaan publik. Hal tersebut telah diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51 / POJK.03 / 2017 tentang keuangan berkelanjutan bagi lembaga jasa keuangan, emiten, dan perusahaan publik.

Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, banyak faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR suatu perusahaan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Damayanti et al. (2021) yang menggunakan variabel kepemilikan institusional, dewan komisaris independen, kepemilikan saham publik, dan profitabilitas. Kemudian, terdapat penelitian yang dilakukan oleh Rivandi & Putra (2021) yang menggunakan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan komite audit. Selain itu, terdapat juga penelitian yang menggunakan variabel *CEO Power* dan tipe industri yang dilakukan oleh Zahra et al. (2022).

Melalui penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, masih banyak terdapat penelitian yang memberikan hasil pengujian yang berbeda-beda. Perbedaan hasil penelitian inilah yang mendasari peneliti ingin menguji kembali melalui variabel-variabel yang telah ada. Beberapa variabel yang memiliki hasil pengujian berbeda adalah *CEO Power*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan. Selain itu, juga terdapat *good corporate governance* yang

diproyeksikan dengan ukuran dewan komisaris dan dewan komisaris independen.

Dalam suatu perusahaan tentunya memiliki struktur organisasi yang berisikan tingkat jabatan pekerjanya. *Chief Executive Officer* (CEO) merupakan tingkat tertinggi jabatan dalam jajaran eksekutif di suatu perusahaan. *Chief Executive Officer* (CEO) memiliki tanggung jawab yang sangat besar pada perusahaan yang dipimpinnya. Posisi ini bertanggung jawab pada tata kelola perusahaan, kegiatan operasional perusahaan, mengatur sasaran (*target*), menyusun strategi, hingga pengambilan keputusan yang sangat menentukan jalannya perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa *Chief Executive Officer* (CEO) merupakan jabatan yang paling berpengaruh pada sebuah organisasi (Pucheta-Martínez & Gallego-álvarez, 2021). Oleh karena itu, *Chief Executive Officer* (CEO) tentunya turut berperan dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) suatu perusahaan.

Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Zahra et al. (2022) yang mengungkapkan bahwa *CEO Power* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2020. Perusahaan dengan *CEO Power* yang kuat dapat mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara aktif. *Chief Executive Officer* (CEO) cenderung memiliki kepedulian pada kepentingan sosial dan perusahaan sehingga mempengaruhi keputusan yang akan diambil

oleh perusahaan mengenai kegiatan yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Namun, hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rashid et al. (2020) yang mengungkapkan bahwa *CEO Power* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* suatu perusahaan. Mereka menemukan bahwa semakin besar kekuasaan *CEO (CEO Power)*, maka semakin rendah tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Hal tersebut dapat terjadi ketika *Chief Executive Officer (CEO)* tidak terlalu memberi perhatian pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, melainkan lebih mengutamakan kegiatan-kegiatan lain seperti investasi yang dapat memberikan keuntungan materi bagi perusahaan.

Good Corporate Governance (GCG) merupakan sebuah sistem yang berfungsi mengatur dan mengendalikan hubungan antara pihak yang memiliki kepentingan agar terjaga keseimbangan hak dan kewajiban (Damayanty et al., 2021). *Good Corporate Governance (GCG)* dapat menambah nilai tambah bagi *stakeholder* melalui kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk memberikan kontribusi positif pada lingkungan dan masyarakat sehingga terjadi timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance (GCG)* dapat berperan sebagai wadah yang memberikan akomodasi pada hubungan perusahaan sebagai pelaku bisnis dengan lingkungan dan masyarakat (Damayanty et al., 2021). Dalam *Good Corporate Governance (GCG)*

terdapat beberapa struktur yaitu pemegang saham / RUPS, dewan komisaris, direksi, serta organ pendukung seperti komite-komite. Dalam penelitian ini, variabel yang dipilih untuk memproyeksi *Good Corporate Governance* (GCG) adalah ukuran dewan komisaris, dewan komisaris independen, dan komite audit.

Dewan komisaris merupakan sebuah jabatan yang memiliki fungsi pengawasan terkait kinerja direksi suatu perusahaan. Dalam menjalankan tugasnya dewan komisaris memiliki kewenangan untuk memberikan saran dan nasihat kepada direksi dalam mengambil sebuah keputusan (Afifah & Immanuela, 2021). Dengan kewenangan tersebut dewan komisaris dapat mempengaruhi direksi dalam pengambilan keputusan mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sehingga diperlukan ukuran dewan komisaris yang besar untuk mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo (2022) mengungkapkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) suatu perusahaan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin besar ukuran dewan komisaris maka tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) semakin besar. Hal ini disebabkan pengawasan yang dilakukan oleh para dewan komisaris semakin besar sehingga kinerja direksi menjadi lebih baik khususnya dalam melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Namun, hasil berbeda ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh

Afifah dan Immanuela (2021) yang menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal tersebut disebabkan dengan banyaknya dewan komisaris tidak menjamin kinerja manajemen jika kinerja dewan komisaris sendiri belum efektif.

Dewan komisaris independen merupakan komisaris yang berasal dari luar suatu organisasi dan berwenang untuk mengawasi kinerja manajemen suatu perusahaan. Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 57 / POJK.04 / 2017, dewan komisaris independen merupakan dewan komisaris yang berasal dari luar efek, tidak memiliki saham di perusahaan, tidak memiliki hubungan afiliasi dengan perusahaan efek, dewan komisaris, direksi dan pemegang saham. Komisaris independen memiliki peran mengawasi kebijakan pengurusan, memberikan nasihat kepada direksi, serta menjamin pelaksanaan operasional perusahaan dan tata kelolanya. Atas peran tersebut dewan komisaris independen dapat mengendalikan manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan agar semakin efektif, khususnya dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dewan komisaris independen dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) karena berpegang pada prinsip keseimbangan .

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Herizona dan Yuliana (2021) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara dewan komisaris independen dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Namun, hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Vivian et

al. (2020) yang menunjukkan bahwa dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) suatu perusahaan.

Profitabilitas merupakan salah satu rasio keuangan yang digunakan sebagai alat untuk mengukur dan menganalisis kemampuan perusahaan dalam mencapai keuntungan (Rivandi & Putra, 2021). Berdasarkan hasil penghitungan rasio tersebut perusahaan dapat mengetahui kemampuan mereka dalam menghasilkan laba dalam periode tertentu dan hasilnya akan dijadikan sebagai bahan evaluasi. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi memiliki kemampuan yang bagus dalam mencapai keuntungan / laba dan memiliki efisiensi yang tinggi. Apabila perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi, maka perusahaan akan peluang yang lebih besar dalam melakukan kegiatan-kegiatan yang dapat memberikan manfaat kepada perusahaan serta masyarakat, khususnya kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) beserta pengungkapannya (Indriyani & Yuliandhari, 2020). Hal ini disebabkan kegiatan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memerlukan dana perusahaan sehingga kondisi keuangan perusahaan perlu diperhatikan.

Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mahalistian dan Yuliandhari, (2021). Mereka menemukan bahwa jika semakin besar tingkat profitabilitas, maka tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) semakin besar. Namun, hasil tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rivandi dan Putra (2021)

dan Putra dan Setiawan (2022) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini disebabkan karena laba yang diperoleh perusahaan lebih banyak dialokasikan pada kegiatan operasional perusahaan daripada kegiatan tanggung jawab sosial, seperti *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang digunakan untuk mengukur besar kecilnya suatu perusahaan. Total penjualan, total aktiva, rata-rata total aktiva, dan rata-rata total penjualan dapat mencerminkan ukuran sebuah perusahaan (Abidin & Lestari, 2020). Ukuran perusahaan kerap menjadi salah satu hal yang diperhatikan oleh masyarakat dalam menilai suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kepercayaan investor, karena jika semakin besar sebuah perusahaan, maka akan semakin dikenal oleh masyarakat (Kustina & Hasanah, 2020). Apabila ukuran perusahaan semakin besar maka perusahaan tersebut dapat memberikan dampak kepada lingkungan dan masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, suatu perusahaan memiliki tuntutan publik memberikan pengungkapan informasi secara luas, salah satunya adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Yuliandhari (2020) dan Abidin dan Lestari (2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Namun, hasil tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rivandi dan Putra (2021) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan

berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perusahaan lebih cenderung menggunakan asetnya untuk mengembangkan bisnisnya daripada melakukan kegiatan tanggung jawab sosial seperti *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020-2022. Periode tahun tersebut dipilih karena merupakan waktu terjadinya masa-masa sulit di Indonesia, seperti pandemi Covid-19. Pada masa sulit tersebut, perusahaan-perusahaan di seluruh sektor tentunya berupaya keras untuk tetap mempertahankan bisnisnya dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Berdasarkan fenomena tersebut peneliti ingin mengetahui upaya perusahaan dalam mencapai keuntungan, tetapi tidak meninggalkan kewajibannya untuk melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) beserta pengungkapannya.

Berdasarkan uraian di atas, motivasi peneliti untuk melakukan penelitian ini adalah adanya beberapa hasil penelitian terdahulu yang tidak konsisten serta belum ada penelitian terkait yang menggunakan populasi perusahaan dari seluruh sektor yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Selain itu, peneliti ingin menguji pengaruh *CEO Power*, *Good Corporate Governance*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh *CEO Power*, *Good Corporate Governance*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi pada Seluruh**

Sektor Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020 – 2022)”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *CEO Power* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* ?
2. Apakah *Good Corporate Governance* yang diproyeksikan oleh ukuran dewan komisaris dan dewan komisaris independen berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* ?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* ?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh *CEO Power* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.
2. Untuk menguji pengaruh *Good Corporate Governance* yang diproyeksikan oleh ukuran dewan komisaris dan dewan komisaris independen terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.
3. Untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.
4. Untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) serta dapat menjadi referensi dalam pengembangan ilmu khususnya di bidang akuntansi.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan manajemen perusahaan-perusahaan untuk membuat kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada peneliti selanjutnya sebagai rujukan dalam penelitiannya mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)