

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Corporate Social Responsibility (CSR) beberapa dekade terakhir tengah menjadi topik perbincangan yang penting bagi banyak pihak baik civitas akademika, praktisi, masyarakat, bahkan entitas pemilik perusahaan. CSR muncul sebagai bentuk tanggung jawab terhadap aktivitas perusahaan yang merugikan seperti merusak bahkan hingga mengeksploitasi keanekaragaman alam (Wati & Sisdianto, 2025). Saat ini implementasi CSR menjadi suatu fenomena yang ramai diperbincangkan oleh masyarakat, memicu setiap pelaku bisnis untuk bertanggungjawab atas aktivitas sosial dan lingkungannya sehingga tidak terfokus pada mencari keuntungan semata namun juga memberikan dampak atau kontribusi aktif bagi masyarakat (Cahyani & Tannar, 2024)

Menurut Fatimah & Ghalib (2024), CSR merupakan kesanggupan yang dilakukan suatu perusahaan dalam mencapai komitmen dalam pertanggungjawaban pada setiap *stakeholders* guna terus meningkatkan kinerja perusahaan dengan mengandalkan sejumlah nilai diantaranya sosial, ekonomi, dan lingkungan. Penggunaan CSR tidak hanya sebagai media untuk merepresentasikan terkait kinerja perusahaan pada aspek tertentu namun juga dapat dijadikan strategi penting bagi perusahaan pada

prospek jangka panjang untuk bertahan ditengah polemik global dan menciptakan nilai bagi perusahaan (Cabeza-garcía dkk., 2022).

Investor tentu akan mempertimbangkan banyak hal sebelum menanamkan modal pada perusahaan seperti nilai, tanggung jawab, hingga komitmen pada sejumlah aspek baik sosial, ekonomi hingga lingkungan (Aswangga & Widoretno, 2025). Perusahaan dengan aktivitas CSR yang tinggi tak jarang mendapatkan citra dan apresiasi yang positif di mata *stakeholders* karena dianggap memiliki nilai perusahaan yang lebih kuat (Pitri & Wahyuni, 2024). Aktivitas CSR perusahaan tertuang dalam CSR *disclosure* memberikan suatu peluang nilai ekonomi sehingga menarik perhatian investor dalam menanamkan modalnya (Agata dkk., 2021). CSR juga memberikan sejumlah keuntungan bagi perusahaan antara lain, lisensi beroperasi, peningkatan kualitas produk, membedakan *brand* bisnis dengan kompetitor serta memotivasi para karyawan meningkatkan kualitas standar kerja (Wati & Sisdianto, 2025).

Menurut Khanchel dkk, (2023) konteks CSR *disclosure* juga dipengaruhi oleh sejumlah faktor salah satunya regulasi yang ditentukan oleh regulator atau pemerintah, di Indonesia pernyataan mengenai CSR ditulis dalam Peraturan Pemerintah (PP) Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas menyatakan bahwa seluruh perusahaan di Indonesia wajib dalam mempublikasikan aktivitas CSR pada laporan tahunan perseroan yang nantinya harus dipertanggungjawabkan terhadap Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS),

meski memiliki aturan yang memuat kewajiban perusahaan untuk menerbitkan CSR

Fenomena kepedulian perusahaan terhadap aktivitas CSR mulai menunjukkan angka yang signifikan selama periode 2019-2020 di mana banyak perusahaan berupaya mendukung aspek sosial dan lingkungan yang sedang terjadi di kehidupan masyarakat seperti bantuan berupa kesehatan dan sembako, donasi alat medis, tentu kondisi ini menjadikan CSR memiliki peranan penting dalam menaikkan citra gemilang perusahaan di mata masyarakat, tak hanya itu penerapan program CSR saat ini dapat menjadi manifestasi yang atas komitmen dan nilai ekonomi untuk mendorong *brand image* yang secara tidak langsung dirasakan oleh perusahaan Mujib (2025), pernyataan ini juga mencerminkan fenomena yang terjadi pada pertengahan 2026 di mana PT Astra Agro Lestari Tbk menerima penghargaan Indonesia CSR Awards atas apresiasi program CSR yang dijalankan dikarenakan memberikan dampak peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat di sekitar areal operasional.,

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh PricewaterhouseCoopers (2025) tercatat bahwa 95%, perusahaan yang ada di Indonesia tergolong sebagai kepemilikan keluarga, tak hanya itu temuan unik lainnya mengungkapkan bahwa bisnis keluarga di Indonesia 51% masih menekankan pada loyalitas antar sesama keluarga dan keterikatan hubungan untuk menjaga prospek jangka panjang agar terjalinnya pengelolaan antar lintas generasi satu dengan generasi berikutnya.

Perusahaan keluarga dapat ditentukan pada kepemilikan saham dan mayoritas jabatan pada struktural, hingga pengelolaan dua keluarga dalam satu perusahaan dengan visi yang sama (Anshari & Utami, 2021).

Keluarga sebagai pemilik atau pengelola dari perusahaan memiliki peran yang signifikan pernyataan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nuzulul & Fanani (2024) dengan indikasi pengaruh yang positif, diinformasikan bahwa tata kelola yang dilakukan oleh perusahaan keluarga cenderung dapat meningkatkan kinerja keberlanjutan, hal ini dikarenakan dukungan perusahaan keluarga cenderung lebih besar sehingga berdampak pada kinerja perusahaan untuk menjadi lebih optimal. Perusahaan keluarga yang memiliki aktivitas CSR yang signifikan seringkali memiliki prospek yang lebih panjang karena entitas dapat diketahui cenderung lebih stabil dan mengurangi risiko kerugian yang ditimbulkan sehingga menghasilkan pengembalian atau return yang konsisten bagi para investor (Rachmawati, 2024).

Dominasi perusahaan keluarga Indonesia yang mencapai 95% menjadi kajian pembahasan yang menarik dalam urgensi penelitian ini. Perusahaan keluarga memiliki orientasi jangka panjang dan cenderung akan menjaga citra perusahaan kondisi ini dapat memperkuat transparansi aktivitas CSR di Indonesia melalui program-program yang diselenggarakan. Perusahaan di Indonesia cenderung memiliki program CSR yang sering diterapkan di bidang sosial pendidikan (Sutarto & Natalia, 2023).

Menurut Budiandriani dkk (2025) Perusahaan sektor transportasi menjadi satu diantara sektor yang strategis dalam meningkatkan aktivitas ekonomi di Indonesia, bahkan kini semakin signifikan untuk memperluas arus barang dan jasa baik nasional atau global, tak hanya itu sektor telekomunikasi juga menjadi penunjang sub sektor yang penting perkembangan sistem informasi di Indonesia, dikarenakan segala aktivitas ekonomi dituntut untuk cepat, efisien, dan praktis (Sari dkk., 2023). Menurut Mahendra dkk (2025) perekonomian di Indonesia juga memerlukan suatu entitas dengan sektor penyediaan layanan dasar bagi masyarakat untuk menopang kebutuhan hidup sehari-hari, sehingga adanya perusahaan sektor utilitas sangat bermanfaat untuk memudahkan fleksibilitas seperti air, energi, dan listrik. Berdasarkan ketiga sub sektor tersebut dapat digarisbawahi bahwa setiap sektor ini memiliki peranan yang sangat vital bagi kondisi sosial dan ekonomi di Indonesia, sehingga perusahaan-perusahaan di Indonesia khususnya perlu mengimplementasikan asas tanggungjawab pada *CSR disclosure* untuk meminimalisir resiko yang dapat justru merugikan masyarakat, untuk mengetahui hubungan CSR pada perusahaan keluarga dengan sub sektor transportasi, komunikasi, dan utilitas maka peneliti juga telah mengembangkan pra-penelitian untuk membuktikan tingkat signifikansinya.

Berdasarkan latar belakang terkait keterikatan perusahaan keluarga dengan CSR maka peneliti tertarik untuk mengambil penelitian yang berjudul “Perusahaan Keluarga dan *Corporate Social Responsibility*

Disclosure”. Penelitian ini menjadi relevan dilakukan dikarenakan banyak perusahaan di Indonesia yang hampir kebanyakan adalah perusahaan keluarga, dan adanya kewajiban pengungkapan CSR menambah kontribusi dalam pengembangan kajian literatur khususnya pada isu lingkungan dan sosial pada lingkup perusahaan.

1.2. Perumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang yang telah dipaparkan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada hubungan kepemilikan keluarga terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRSD)?

1.3. Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah yang dijabarkan penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan kepemilikan keluarga terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRSD) pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Praktis

Penelitian ini memiliki manfaat untuk berkontribusi bagi *stakeholders* melalui aspek informasi dengan wawasan yang mendalam terkait dinamika *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan perusahaan keluarga yang ada di Indonesia. Bagi manajemen setiap perusahaan, hasil analisis ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk melakukan optimalisasi strategi keberlanjutan serta tingkat transparansi yang lebih akurat demi menjaga nama baik

perusahaan keluarga dengan orientasi jangka panjang. Selain itu, bagi pemerintah selaku regulator kajian ini mampu memberikan sisi objektif terkait efektivitas pada regulasi yang sedang digunakan untuk dipertimbangkan apakah mengalami perubahan yang signifikan demi terciptanya regulasi yang lebih ketat guna meminimalisir tingkat risiko terjadinya *greenwashing* yang tentu dapat merugikan tata kelola perusahaan. Bagi investor, hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai instrumen tersendiri guna menambah penilaian atas kualitas *governance* serta komitmen perusahaan terhadap *CSR disclosure*, yang nantinya dapat menjadi patokan dalam membantu pengambilan keputusan investasi yang lebih akurat serta mengurangi tingkat asimetri informasi yang terjadi dalam laporan perusahaan.

1.4.2. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memiliki manfaat bagi civitas akademika, sebagai pemberi kontribusi terhadap pengembangan literatur akuntansi keuangan khususnya pada aspek *CSR disclosure* yang sedang banyak dibahas, dengan kajian yang belum banyak dibahas yakni perusahaan keluarga. Hasil penelitian juga dapat dijadikan referensi bagi para akademisi melakukan evaluasi atas efektivitas penerapan standar GRI dalam memitigasi manipulasi citra dari perusahaan di tengah dinamika perbedaan kepentingan antara reputasi keluarga dengan penekanan biaya operasional pada aktivitas CSR dengan tuntutan transparansi informasi kepada publik. Penelitian

yang dilakukan juga diharapkan dapat memperkuat landasan teori yang ada mengenai perilaku etis perusahaan dalam menanggapi isu sosial dan lingkungan di bisnis negara berkembang seperti yang ada di Indonesia.