

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam beberapa tahun belakangan ini, aktivitas *Corporate Social Responsibility (CSR)* di Indonesia menjadi topik yang sering dibahas dalam berbagai diskusi. Karena seringkali ada permasalahan yang berkaitan dengan kegiatan CSR itu sendiri. Menurut Resky (2019) dalam sejarah akuntansi, yang berkembang pesat setelah terjadi revolusi industri, menyebabkan fakta akuntansi lebih banyak digunakan sebagai sarana pertanggungjawaban kepada pemilik modal (kapitalis) sehingga mengakibatkan orientasi perusahaan lebih berpihak kepada pemilik modal. Fokus perusahaan pada pemilik modal mengakibatkan perusahaan mengeksploitasi sumber daya alam dan masyarakat (sosial) secara tidak terkendali sehingga menimbulkan kerusakan lingkungan yang pada kemudian hari akan mempengaruhi kehidupan manusia. Kapitalisme, yang hanya berorientasi pada laba material, telah merusak keseimbangan kehidupan dengan cara menstimulasi pengembangan potensi ekonomi yang dimiliki manusia secara berlebihan yang tidak memberikan kontribusi bagi peningkatan kemakmuran mereka tetapi justru menjadikan mereka mengalami penurunan kondisi sosial.

Seperti yang dikemukakan oleh Sigit (2018) *CSR* sebagai konsep akuntansi baru adalah keterbukaan pengungkapan sosial dari kegiatan atau kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan, di mana transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya informasi keuangan perusahaan, tetapi perusahaan juga diperlukan mengungkapkan informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh kegiatan perusahaan. *CSR* di Indonesia mengalami perkembangan berkelanjutan yang sangat signifikan. Mulai dari pengembangan regulasi dan kebijakan *CSR*, inovasi program hingga upaya menjalin kemitraan dalam *CSR*. Meskipun upaya tersebut sudah dilakukan, bukan berarti tidak akan ada kendala dalam pelaksanaan *CSR*. Secara umum, hambatan berkaitan dengan bagaimana program *CSR* dikomunikasikan secara efektif. Pentingnya *CSR* bagi

pemangku kepentingan internal dan eksternal menjadi bahan diskusi mendalam. Internal percaya bahwa program *CSR* dapat membangun kepercayaan, dukungan dan kebanggaan terhadap apa yang dilakukan perusahaan sehingga perusahaan dapat lebih baik lagi dalam menjalankan produksinya.

Secara prinsipnya, perusahaan yang melaksanakan *CSR* dengan baik akan memiliki citra yang baik di masyarakat. Citra perusahaan yang baik diharapkan dapat memberikan kabar baik atau sinyal bagi para pemangku kepentingan untuk mengambil keputusan yang dapat menguntungkan perusahaan. Hal ini sesuai pendapat Angela (2015) yaitu dengan melaksanakan *CSR*, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen dan para stakeholder makin tinggi. Sebaliknya jika tingkat pengungkapan *CSR* ini rendah, maka akan menghambat perusahaan dalam hal memperoleh kepercayaan dari investor karena *CSR* menjadi salah satu hal yang diperhatikan investor ketika akan berinvestasi di sebuah perusahaan (Fajriana, 2016). Pengungkapan kinerja lingkungan sebagai tanggung jawab sosial Perusahaan dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Perusahaan Nilai informasinya. Dalam hal ini, kami akan mengungkapkan informasi tersebut. Meningkatkan Perusahaan (Verecchia, 1983, Basamalah et al., 2005). Pemandangan itu perusahaan yang berkinerja baik melakukannya Pengungkapan yang tinggi diharapkan menjadi pertimbangan penting bagi investor.

Terdapat tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus (*good corporate governance*) semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi. Oleh karena itu dalam perkembangan sekarang ini akuntansi konvensional telah banyak dikritik karena tidak dapat mengakomodir kepentingan masyarakat secara luas, sehingga kemudian

muncul konsep akuntansi baru yang disebut sebagai *Social Responsibility Accounting* (SRA) atau Akuntansi Pertanggung jawaban Sosial (Anggraini, 2006). *Corporate Social Responsibility* di Indonesia diatur dalam Undang-Undang yang berlaku yaitu nomor 40 tahun 2007 pasal 74 yang disahkan pada 20 juli 2007. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang apapun maupun atau yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab social perusahaan berserta lingkungan. Pengungkapan CSR diungkapkan perusahaan dalam berbentuk media berupa laporan tahunan perusahaan (*Annual report*) dan bisa dapat di laporan berkelanjutan (*Sustainability Report*) perusahaan yang berisi laporan tanggung jawab social perusahaan selama kurun waktu yang berlaku.

Tanggung jawab lingkungan suatu perusahaan dapat dievaluasi berdasarkan kinerja lingkungan perusahaan. Pemangku kepentingan dapat menilai tingkat kinerja lingkungan suatu perusahaan dengan memeriksa peringkat warna yang diterima oleh perusahaan sebagai bagian dari Program Penilaian Kinerja Perusahaan (PROPER) yang disponsori oleh Kementerian Lingkungan Hidup (KLH). Pengukuran kinerja lingkungan dalam PROPER melalui indikator warna mulai dari emas, hijau, biru, merah dan hitam. Perbaikan kegiatan lingkungan yang dilakukan perusahaan akan meningkatkan kepercayaan stakeholders.

Berikut fenomena tentang temuan adanya 21 perusahaan Perkebunan Besar Swasta (PBS) kelapa sawit dan perbankan di Kabupaten Pasaman Barat, Sumatera Barat yang diduga tidak merealisasikan dana *Corporate Social Responsibility* terhadap masyarakat sekitar. Berdasarkan fenomena dari *antaranews.com* pada Senin, 18 Februari 2019 17:03 WIB, terdapat 21 perusahaan PBS kelapa sawit dan perbankan yang tidak merealisasikan CRS tahun 2018. Sesuai dengan Peraturan Daerah Pasaman Barat Nomor 3 tahun 2017 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan maka setiap perusahaan wajib mengalokasikan CSR untuk masyarakat sekitar. Terdapat beberapa nama perusahaan yang disebutkan melalui berita tersebut yang tidak merealisasikan dana CSR seperti PT Inkut Agritama, PT Sari Buah

Sawit, PT Perkebunan Nusantara VI, PT Agro Wiratama, PT Bakri Pasamanan Sejahtera, PT Sumatera Pasaman Jaya, PT Usaha Sawit Mandiri, PT Agro Wiraligatsa, PT Rimbo Panjang Sumber Makmur, PT AMP Plantation, PT Laras Inter Nusa, PT Sago Nauli Pasaman, dan PT Agro Bisnis Sumber Makmur. Terdapat pula perusahaan dalam bidang perbankan seperti Bank Mandiri, Bank Mandiri Syariah, Bank Nagari, Bank Nagari Syariah, Bank BNI, Bank BNI Syariah, Bank Danamon, dan Bank BRI.

Terdapat juga fenomena yang patut diambil contoh seperti yang dilansir pada laman *suara.com* pada Minggu, 27 Desember 2020 09:00 WIB, mengenai PT Mitsubishi Motors Krama Yudha Sales Indonesia (MMKSI) yang menghadirkan program CSR terbaru dengan memberikan donasi fasilitas belajar jarak jauh kepada panti asuhan. Dari fenomena ini diketahui bahwa PT MMKSI memberikan donasi kepada 10 panti asuhan melalui Mitsubishi CSR Children Program (MCP) dalam bentuk fasilitas belajar jarak jauh atau online learning facilities. MMKSI, yang merupakan distributor resmi kendaraan penumpang dan niaga ringan Mitsubishi di Indonesia dari Mitsubishi Motors Corporation (MMC) memberikan 30 set fasilitas belajar jarak jauh kepada 10 panti asuhan yang membutuhkan. MMKSI juga memberikan bantuan lain berupa perlengkapan sekolah untuk anak-anak, kebutuhan pokok, serta perlengkapan kesehatan berupa masker dan hand sanitizer. Bentuk kepedulian MMKSI tersebut semakin nyata dengan bergabungnya para karyawan perusahaan ini. Mereka turut andil memberikan bantuan berupa pakaian sehari-hari, buku, dan mainan anak serta juga berkontribusi dalam MCP, dengan cara menjadi orang tua asuh selama sehari. Hal ini sangat baik dijadikan contoh dan ide bagi perusahaan lain dalam penggunaan dana CSR yang dirasa sangat bermanfaat bagi masyarakat yang membutuhkan.

Berdasarkan standar GRI G.4, item-item pelaksanaan CSR terbagi menjadi tiga fokus utama, yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Pada penelitian ini saya sebagai peneliti akan menggunakan ketiga kinerja tersebut sebagai variabel yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Haholongan (2016) kinerja

lingkungan merupakan prosedur bagi perusahaan buat secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan ke pada operasinya & interaksinya dengan pemangku kepentingan, yg melebihi tanggung jawab organisasi pada bidang hukum.

Kinerja sosial adalah indikator yang menganalisis aktivitas sosial perusahaan. efisiensi sosial tenaga kerja, hak asasi manusia, kewajiban produk dan masyarakat dan sebagainya. Dalam kerangka ini, aktivitas sosial dapat meningkatkan keuntungan. Karena mengacu pada karyawan yang terlibat dalam operasional perusahaan. satu contoh Perusahaan yang melaksanakan CSR dilihat dari indikator kinerja sosial yaitu PT. Djarum. Sejak tahun 1984, Djarum Foundation konsisten dalam memberikan kontribusi terhadap dunia pendidikan di Indonesia. Langkah tersebut diawali dengan kesadaran bahwa pendidikan merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan bangsa dalam mewujudkan masa depan yang lebih baik. Program Djarum Beasiswa Plus merupakan Program Pendidikan Lainnya seperti peningkatan kualitas pendidikan dasar dan menengah, peningkatan kualitas pendidikan sekolah menengah dan kejuruan, peningkatan kualitas pendidikan tinggi dan road to campus. Fenomena tersebut lebih berfokus pada hubungan antara bisnis dan masyarakat yang tercermin melalui kontribusi yang lebih baik, integrasi kepentingan sosial dalam operasi perusahaan, serta memperhatikan dampak terhadap masyarakat, dan lain sebagainya. Kontribusi ini akan meningkatkan citra perusahaan dan meningkatkan daya belinya. Minat konsumen terhadap produk tersebut diiringi dengan peningkatan profitabilitas perusahaan. Profitabilitas dalam Afriyanti (2011) merupakan indikator kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba baik dari segi penjualan, total aset, maupun modal selama periode waktu tertentu. Tingkat profitabilitas yang tinggi dan kondisi keuangan yang baik mewakili keberhasilan operasi dan operasi perusahaan. Menurut Irawati (2006), persentase kemenangan adalah rasio yang digunakan untuk mengukur efisiensi aset perusahaan, atau kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan selama periode waktu tertentu untuk menentukan kemampuan perusahaan untuk bekerja

secara efisien. Berdasarkan definisi di atas, dapat kita simpulkan bahwa profitabilitas adalah suatu indikator yang digunakan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama suatu periode waktu agar perusahaan dapat beroperasi secara efisien. Hubungan antara kepentingan dan tanggung jawab sosial mencerminkan pendekatan manajemen adaptif untuk mengatasi lingkungan yang dinamis dan multidimensi, di mana tekanan sosial dapat ditemukan dengan memenuhi kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, keterampilan manajemen harus diperhatikan untuk dapat bertahan dan mencapai keuntungan yang tinggi dalam lingkungan bisnis saat ini (Florence, 2004). Almilia dan Wijayanto (2007) berpendapat bahwa indikator kinerja ekonomi merupakan indikator bisnis yang relatif berubah dari tahun ke tahun. Indikator kinerja ekonomi tersebut diungkapkan dalam laporan keuangan tahunan. Ini menunjukkan keuntungan atau tingkat pengembalian suatu perusahaan dalam kondisi ekonomi yang baik dan menguntungkan perusahaan di dalam negeri dan internasional. Indikator ini mencakup beberapa aspek, antara lain aspek ekonomi, keberadaan pasar, dan dampak ekonomi pasar. Item untuk akuisisi dan distribusi keuangan langsung termasuk pendapatan, pengeluaran, sumbangan dan pemegang saham.

Beberapa penelitian mengenai Kinerja Lingkungan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility perusahaan seperti Rima & Paskah (2019) mengatakan bahwa kinerja lingkungan, sosial, dan ekonomi berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, Aida dan Mimin (2019) mengatakan bahwa berpengaruh signifikan, Syiful & Febby (2016) mengatakan bahwa berpengaruh signifikan, Syahrina (2019) mengatakan bahwa environmental (Kinerja Lingkungan) tidak berpengaruh signifikan. Suratno, et al., (2006) dalam penelitiannya menemukan ada pengaruh positif environmental performance terhadap environmental disclosure dan economic performance. Namun, mereka menyimpulkan adanya beberapa variabel pengendali yang tidak sesuai dengan prediksi teoritisnya yang diduga karena kondisi dan kesadaran masyarakat terhadap lingkungan di Indonesia berbeda dengan negara lain, terutama negara barat.

Penelitian ini merupakan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang telah ada. Adapun *Gap Research* dari penelitian sebelumnya ternyata terbukti masih belum konsisten dalam hasil penelitian. Penelitian tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) masih ada yang berpendapat berbeda antara peneliti satu dengan peneliti lainnya. Hal inilah yang menjadi latar belakang dilakukannya kembali penelitian tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kemudian, yang membedakan penelitian saya dengan penelitian sebelumnya terletak pada sampel yang di uji dalam penelitian sebelumnya seperti Yunus (2019) yang mengambil sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014 – 2018 dan juga dalam penelitian Syaiful & Febby (2016) yang memiliki sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013 -2014. Dengan telah adanya fenomena atau *gap research* yang telah dikemukakan di atas saya tertarik untuk meneliti penelitian ini mengenai kinerja lingkungan, kinerja sosial, dan kinerja ekonomi yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2018 – 2020. Perusahaan manufaktur diharapkan menyajikan informasi terkait kinerja lingkungan yang lebih baik karena perusahaan ini beroperasi dan menjalankan aktivitas produksinya yang mengolah bahan baku menjadi barang jadi, tentunya berdekatan dengan lingkungan masyarakat dan menghasilkan limbah. Oleh karena itu, saya peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai “Pengaruh Kinerja Lingkungan, Kinerja Sosial, dan Kinerja Ekonomi Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan pada latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah Kinerja Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?
2. Apakah Kinerja Sosial berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?

3. Apakah Kinerja Ekonomi berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

- a. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- b. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh Kinerja Sosial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- c. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh Kinerja Ekonomi terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

- a. Manfaat Teoritis

Dapat memberikan pengetahuan dan menambah wawasan yang luas kepada mahasiswa/I di bidang akuntansi terutama yang berkaitan tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR), khususnya Kinerja Lingkungan dapat dijadikan dasar untuk referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya.

- b. Manfaat Praktis:

- 1) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi oleh para pelaku usaha dan manajemen perusahaan agar perusahaan lebih peduli terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dimasa yang mendatang.

- 2) Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi mengembangkan diri dan usahanya sehingga sasaran untuk mencapai kesejahteraan dan juga dapat menjadi pedoman untuk masyarakat agar mengetahui sejauh mana perusahaan menjalankan kegiatan CSR tersebut.

3) Bagi Pemerintah

Untuk mengetahui sejauh mana penungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan yang telah dilakukan perusahaan agar pemerintah dapat mempertimbangkan suatu standar pelaporan CSR yang sesuai dengan kondisi Indonesia saat ini.