

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang peduli terhadap kesejahteraan lingkungan dan juga masyarakat di sekitar perusahaan itu berada. Saat ini perusahaan dituntut untuk tidak hanya berorientasi terhadap laba, tetapi juga terhadap masyarakat dan lingkungan sesuai dengan konsep *triple bottom line (people, planet, profit)*. Perusahaan dan masyarakat merupakan suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, diantara keduanya akan selalu memberi dan membutuhkan demi kelangsungan hidup secara bersama (Dela, 2014). Tanggung jawab sosial perusahaan seperti inilah yang sering disebut dengan istilah *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Menurut Mukti dan Kurnia (2015), tanggung jawab sosial, ekonomi dan lingkungan adalah suatu kewajiban bagi perusahaan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perusahaan dan pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran.

Kewajiban untuk melakukan CSR telah diatur di dalam Undang-Undang No.40 tahun 2007 pasal 74 tentang Perseroan Terbatas, yang menyatakan bahwa perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan Sumber Daya Alam (SDA) wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perlunya CSR juga harus disadari dengan fakta bahwa sumber daya alam sangat terbatas ketersediaannya, sehingga harus

dilestarikan sebagai salah satu wujud pembangunan berkelanjutan (Tamba, 2011).

Meskipun peraturan mengenai *Corporate Social Responsibility* sudah diatur dalam undang-undang, masih ada perusahaan yang belum melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaannya, seperti yang terjadi pada salah satu perusahaan semen di Indonesia yaitu PT Semen Tonasa. PT Semen Tonasa yang berada di Makassar dianggap tidak transparan, karena masyarakat sekitar tidak mengetahui adanya anggaran yang digelontorkan untuk pengelolaan CSR. Perusahaan tersebut memberikan dana CSR hanya kepada keluarga pegawai yang bekerja pada perusahaan, sehingga keberpihakan perusahaan perlu dipertanyakan. Padahal masyarakat sekitar selalu memperoleh polusi udara dan kebisingan saat pabrik beroperasi (sumber: [republika.co.id](http://republika.co.id)). Hal itu menunjukkan kesuksesan yang diperoleh perusahaan tidak disertai dengan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan. Permasalahan tersebut tidak akan terjadi jika perusahaan beraktivitas disertai dengan kepeduliannya terhadap masyarakat dan lingkungannya (Laksmitaningrum, 2013).

Namun, banyak perusahaan yang telah melaksanakan program CSR dengan baik. Salah satunya adalah perusahaan air mineral yaitu Aqua. Dengan programnya yang berjudul 1L Aqua untuk 10L Air Bersih, perusahaan tersebut mengupayakan program air bersih bagi masyarakat di Nusa Tenggara Timur, karena di daerah tersebut masyarakat sangat sulit untuk mendapatkan air bersih. Aqua merupakan perusahaan penghasil air

mineral tersohor di Indonesia, sehingga perusahaan mempunyai profit yang cukup tinggi. Dengan keuntungan yang tinggi tersebut, Aqua menggelontorkan dana hingga mencapai Rp 12 triliun setiap tahunnya untuk menjalankan program CSR.

Pengungkapan CSR saat ini masih menjadi kegiatan yang bersifat sukarela, namun perusahaan yang telah melakukan kegiatan CSR akan melakukan berbagai cara untuk mengungkapkannya agar masyarakat mengetahui bahwa perusahaan telah melaksanakan praktik CSR. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan mengungkapkan melalui media *website* perusahaan. Tujuan dari pengungkapan ini untuk memberikan informasi terkait perusahaan, yang diharapkan akan memperoleh citra yang baik dari masyarakat. Karena dengan pengungkapan ini masyarakat akan menganggap perusahaan secara transparansi mengungkapkan aktivitas atau kegiatannya.

Semakin banyak *CSR Expenditure* maka semakin banyak pula aktivitas CSR yang diungkapkan oleh perusahaan. Namun ini berarti perusahaan banyak berkontribusi terhadap kegiatan sosial dan kepedulian terhadap lingkungan. *CSR Expenditure* merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk melaksanakan aktivitas yang berkaitan dengan CSR. Menurut Febrianti (2016), *CSR Expenditure* dan *CSR Disclosure* dapat dijadikan kegiatan jangka panjang dalam menarik investor dan masyarakat, karena dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka waktu kedepan yang pada dasarnya menganut prinsip *going concern*.

Pengungkapan tanggung jawab sosial antar perusahaan dapat berbeda karena adanya variasi praktik CSR. Perbedaan tingkat pengungkapan CSR tersebut ditunjukkan oleh data berikut :

**Tabel 1.1**

Tingkat *CSR Disclosure* perusahaan-perusahaan di Indonesia

No	Peneliti	Sampel Penelitian	Periode Penelitian	Rata-rata <i>CSR Disclosure</i>
1	Alfarizi (2016)	Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI	2013-2015	27,38%
2	Febrianti (2016)	Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di BEI	2011-2015	29,86%
3	Wahyutama (2016)	Perusahaan Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di BEI	2011-2014	19,45%
4	Rahayu dan Anisyukurlillah (2015)	Perusahaan Properti dan <i>Real Estate</i> yang Terdaftar di BEI	2011-2013	25,56%
5	Dela (2014)	Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI	2008-2012	16,24%
6	Priantana (2011)	Perusahaan Keuangan yang Terdaftar di BEI	2007-2008	18,33%

Berdasarkan data pada tabel 1.1, menunjukkan bahwa *CSR Disclosure* bervariasi dari tahun ke tahun dan antar industri. *CSR Disclosure* masih relatif rendah dengan rata-rata disclosure < 50%. Beberapa faktor diduga mempengaruhi luas pengungkapan CSR diantaranya meliputi: (1) *Media Exposure* (Handoko, 2017; Alfarizi, 2016; Wahyutama, 2016; Rahayu dan Anisyukurlillah, 2015; Plorensia dan Hardiningsih, 2015), dan (2) Kepemilikan Asing (Alfarizi, 2016; Yuliani, 2014; Laksmitaningrum, 2013; Tamba, 2011; Rustiarini, 2011).

Menurut Patten (2002) media memiliki fungsi yang penting untuk memobilisasi pergerakan sosial, misalnya kelompok-kelompok yang tertarik terhadap masalah lingkungan. Pemberitaan media akan mendorong perusahaan untuk lebih memperhatikan masalah lingkungan dan lebih banyak melakukan pengungkapan CSR, tujuannya agar perusahaan mendapatkan penilaian positif dari masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Plorensia dan Hardiningsih (2015), Alfarizi (2016), Wahyutama (2016) dan Handoko (2017) menunjukkan bahwa *media exposure* mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Namun, Rahayu dan Indah (2015) dalam penelitiannya menemukan bahwa *media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Pelaksanaan aktivitas *Corporate Social Responsibility* tidak bisa terlepas dari penerapan *Good Corporate Governance (GCG)*. Salah satu faktor GCG yang berpengaruh terhadap pelaksanaan CSR adalah kepemilikan asing (Rustiarini, 2011). Kepemilikan asing dapat diartikan sebagai jumlah kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak yang berstatus luar negeri. Perusahaan yang berbasis asing mempunyai teknologi yang berkualitas, keterampilan karyawan yang baik serta jaringan informasi yang luas, sehingga memungkinkan perusahaan untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas (Tamba, 2011). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rustiarini (2011) dan Tamba (2011) menunjukkan bahwa kepemilikan asing mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Laksmitaningrum (2013) dan Alfarizi (2016)

yang menemukan adanya pengaruh kepemilikan asing terhadap pengungkapan CSR. Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Yuliani (2014) menunjukkan kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian-penelitian terdahulu, yaitu penelitian Rustiarini (2011), Reverte (2009) dan Febrianti (2016). Terdapat beberapa perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Pertama, variabel penelitian ini menggunakan variabel independen *media exposure* dan kepemilikan asing, serta variabel dependen *CSR Expenditure* dan *CSR Disclosure*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rustiarini (2011) menggunakan variabel struktur kepemilikan saham, Reverte (2009) menggunakan variabel karakteristik perusahaan dan *media exposure*, dan penelitian Febrianti (2016) menggunakan variabel kinerja keuangan pada penelitiannya.

Kedua, periode penelitian ini hanya satu tahun, yaitu tahun 2016 sedangkan penelitian Rustiarini (2011) menggunakan periode satu tahun yaitu tahun 2008. Berbeda dengan penelitian Reverte (2009) yang menggunakan periode penelitian tahun 2005-2006, dan penelitian Febrianti (2016) menggunakan periode tahun 2011-2015. Ketiga, jenis industri dalam penelitian ini adalah seluruh sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rustiarini (2011) menggunakan jenis industri sektor manufaktur, Reverte (2009) menggunakan seluruh sektor industri yang terdaftar di *Madrid Stock Exchange* dan Febrianti

(2016) dalam penelitiannya menggunakan jenis industri sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Media Exposure* Dan Kepemilikan Asing Terhadap *Corporate Social Responsibility Expenditure* Dan *Corporate Social Responsibility Disclosure* (Studi Empiris pada Seluruh Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, rumusan masalah yang akan dikaji adalah:

1. Apakah *media exposure* berpengaruh terhadap *CSR Expenditure* ?
2. Apakah *media exposure* berpengaruh terhadap *CSR Disclosure* ?
3. Apakah kepemilikan asing berpengaruh terhadap *CSR Expenditure* ?
4. Apakah kepemilikan asing berpengaruh terhadap *CSR Disclosure* ?
5. Apakah *CSR Expenditure* berpengaruh terhadap *CSR Disclosure* ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menguji pengaruh *media exposure* terhadap *CSR Expenditure*.
2. Menguji pengaruh *media exposure* terhadap *CSR Disclosure*.
3. Menguji pengaruh kepemilikan asing terhadap *CSR Expenditure*.

4. Menguji pengaruh kepemilikan asing terhadap *CSR Disclosure*.
5. Menguji pengaruh *CSR Expenditure* terhadap *CSR Disclosure*.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, antara lain :

##### 1. Manfaat Teoritis

Berdasarkan hasil hipotesis yang diterima penelitian ini mendukung teori pensinyalan, yang menunjukkan *CSR Disclosure* dapat memberikan sinyal kepada masyarakat bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik. Selain itu penelitian ini dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan terutama yang terkait dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

##### 2. Manfaat Praktis:

- a. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan aspek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Serta dapat menjadi motivasi agar CSR tidak hanya menjadi program, tetapi pelaksanaan aktivitas CSR dapat tercapai untuk masa depan perusahaan yang lebih baik.
- b. Bagi pemerintah, penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dalam menyusun peraturan pelaksanaan lebih lanjut tentang kewajiban tanggung jawab sosial perusahaan.

