

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wajibnya pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* termaktub pada UU No. 40 pasal 74 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas, bahwa setiap perusahaan yang koorbisnisnya berkaitan dengan SDA (Sumber Daya Alam) berkewajiban melakukan program *corporate social responsibility* mencakup aspek lingkungan yang telah disusun dan dirumuskan sebagai biaya perseroan secara wajar. Selanjutnya adalah pada pasal 66 ayat 2C undang - undang No. 40 Tahun 2007 menjelaskan bahwa semua Perseroan Terbatas memiliki kewajiban untuk melaporkan pelaksanaan program *corporate social* dan lingkungan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan yang telah disusun sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan berterima umum.

Penelitian tentang pengungkapan CSR telah dilakukan oleh (Andreas et al., 2015; Indraswari & Astika, 2015; Rahayu & Anisyukurlillah, 2015; Rakhiemah & Agustia, 2009; Reverte, 2009; Wardani, 2016; Yuliana et al., 2008) walaupun masih sangat sedikit penelitian mengenai pengaruh penerapan *green accounting* terhadap pengungkapan CSR namun *green accounting* atau akuntansi lingkungan ini merupakan sarana bagi perusahaan untuk melaporkan kegiatan operasionalnya yang berkaitan dengan lingkungan (Arizona & Suarjana, 2017). Pengungkapan akuntansi lingkungan hampir tidak selalu melalui laporan keuangan yang tersedia, akan

tetapi sebaliknya yakni melalui laporan tahunan berbentuk narasi salah satunya adalah laporan mengenai kegiatan CSR yang berdiri sendiri (Cho & Patten, 2013).

Penelitian lain mengatakan bahwa pengungkapan CSR dipengaruhi oleh kepemilikan saham publik (Abbas et al., 2017; Erviana et al., 2018; Lamia et al., 2014; Mutia et al., 2018; Rahayu & Anisyukurlillah, 2015; Rifqiyah, 2016) dan studi lain menemukan bahwa *media exposure* turut mempengaruhi pengungkapan CSR (Andreas et al., 2015; Hasnia & Rofingatun, 2017; Respati, 2015; Wahyutama, 2014). Selain itu, pengungkapan CSR itu sendiri mempengaruhi reaksi investor terhadap perusahaan tersebut (Andreas et al., (2015), serta implementasi CSR secara strategis mampu meningkatkan *abnormal return* (R. N. P. Astuti & Rina, 2013) *abnormal return* merupakan indikator untuk menghitung reaksi investor terhadap pengungkapan tema – tema sosial dan lingkungan dalam hal ini adalah pengungkapan CSR (Nurdin & Cahyandito, 2006).

Studi ini meneliti tentang pengungkapan CSR pada perusahaan berbagai sektor di Indonesia, yakni pengolahan bahan baku, manufaktur, jasa serta transportasi dan infrastruktur. Perusahaan – perusahaan yang berdiri di Indonesia menjadi sorotan terbesar terhadap permasalahan lingkungan dan sosial. Perusahaan dari industri yang melalui proses manufaktur dan secara umum yakni perusahaan pertambangan, minyak dan industri kimia memiliki dampak negatif terhadap kondisi lingkungan dan dampaknya terhadap pelaporan informasi perusahaan yang harus lebih

lengkap dari pada perusahaan industri lainnya (Adams et al., 1998; Cowen et al., 1987; Gray et al., 1995). Salah satunya adalah pada UU Minerba No. 4 Tahun 2009 menjelaskan bahwa pertambangan merupakan beberapa bagian atau keseluruhan proses kegiatan yang dilakukan dalam rangka penelitian, pengelolaan dan pengusahaan mineral atau batubara yang terdiri dari penyelidikan umum, eksplorasi, studi kelayakan, konstruksi, penambangan kemudian pengolahan dan pemurnian bahan tambang tersebut serta pengangkutan dan penjualan serta kegiatan pascatambang, selain itu perusahaan lain turut memenuhi peraturan – peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah guna membawa dampak positif bagi masyarakat sekitar terhadap limbah yang dihasilkan oleh perusahaan sektor manufaktur, jasa dan penghasil bahan baku.

Menurut Elkington (1998) perusahaan tidak hanya fokus pada *single bottom line* yakni *profit*, melainkan juga pada *triple bottom line* yang meliputi *profit, planet, people* yang berarti bahwa semua perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap *shareholder* dan *stakeholder* dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, selain itu perusahaan juga tidak hanya berfokus pada aspek keuangan yang menguntungkan saja melainkan berkewajiban untuk melakukan semua tanggung jawabnya dalam aspek non ekonomi yakni lingkungan dan sosial kepada masyarakat.

CSR memiliki definisi yang masih belum universal, namun definisi yang lebih mampu mendeskripsikan CSR yakni sebuah konsep, jalan bagi perusahaan untuk mengintegrasikan antara urusan sosial dan lingkungan

dalam kegiatan operasional bisnisnya dan dalam hubungan timbal balik dengan *stakeholder* atas dasar sukarela (Godfrey & Hatch, 2007). Pada hakikatnya pengungkapan CSR perusahaan dianggap mampu memberikan dampak positif bagi perusahaan yang menjalankannya, akan tetapi realita yang terjadi justru pengungkapan kegiatan CSR di Indonesia tergolong masih rendah, sedangkan masih banyak fenomena – fenomena yang terjadi dikalangan masyarakat seperti kurangnya lapangan pekerjaan, kemiskinan serta kondisi alam yang buruk. Hal – hal tersebut sedikit banyak membutuhkan peran perusahaan yang berdiri di sekitar, sebagai wujud legitimasi guna menciptakan citra positif perusahaan. Pengungkapan CSR yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan, tidak dapat dipaksakan begitu saja karena meskipun telah ada peraturan yang telah dibuat yakni UU No. 40 pasal 74 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, pemerintah atau pihak yang berwenang tidak memberikan sanksi jelas kepada perusahaan yang tidak melaksanakan kegiatan CSR.

Teori pendukung pada penelitian ini yakni *legitimacy theory* menyatakan bahwa kegiatan bisnis perusahaan dibatasi oleh kontrak sosial, sehingga perusahaan memiliki perjanjian dengan masyarakat sekitar (Reverte, 2009). Agar suatu tujuan dapat tercapai, perusahaan selalu berupaya meningkatkan dan memperluas hubungan antara nilai – nilai sosial yang dikaitkan dengan kegiatan sosial perusahaan, beserta norma – norma dari perilaku yang diterima dalam lingkup sosial yang lebih luas yakni tempat perusahaan berada dan telah menjadi bagiannya (Dowling & Pfeffer, 1975).

Menurut (Freeman, 1984), *stakeholder* merupakan kumpulan individu atau kelompok yang dapat mempengaruhi dan / atau dipengaruhi oleh organisasi atau perusahaan dalam rangka mencapai tujuannya serta bagaimana pihak internal perusahaan memenuhi keinginan dari para *stakeholder* dengan mengungkapkan informasi tambahan, oleh karena itu melalui pengungkapan program *corporate social responsibility* yang dijalankan perusahaan, maka informasi terkait kegiatan tanggung jawab sosial dan pengaruhnya dapat diberikan secara lengkap (Ghozali & Chariri, 2007).

Akuntansi diduga turut ikut serta menjadi penyebab tingginya ketidakseimbangan lingkungan dan sosial masyarakat, karena laporan keuangan yang merupakan bagian penting dari akuntansi dan menjadi sumber informasi dalam hal pertimbangan pengambilan keputusan para pemangku kepentingan sebagian besar berisi seputar informasi keuangan terkait fluktuasi laba (Anindya, 2008), sedangkan pencatatan atas perlakuan akuntansi bidang lingkungan dan sosial penting untuk diperhatikan. Sehingga para pemangku kepentingan tidak salah menjadikan aspek – aspek tersebut sebagai dasar pengambilan keputusan

Green Accounting (akuntansi hijau) dapat menjadi solusi untuk melengkapi kekurangan yang ada pada akuntansi konvensional. Pada dasarnya konsep akuntansi hijau juga turut menggabungkan aspek – aspek dalam ilmu akuntansi yaitu pengakuan, penaksiran, pencatatan yang nantinya menghasilkan sebuah laporan sebagai *output* terhadap seluruh

informasi akuntansi keuangan dan non keuangan yakni lingkungan dan sosial. Sehingga menghasilkan informasi akuntansi yang sistematis, substansial, aktual, dan berguna bagi para pemangku kepentingan untuk penilaian serta menjadikannya sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan. *Green accounting* diharapkan dapat mengatasi serta melengkapi keterbatasan dan kelemahan implementasi akuntansi sederhana (Andreas Lako, 2018:46).

Kepemilikan saham publik merupakan jumlah saham yang dimiliki oleh publik (Mariani, 2017). Apabila jumlah kepemilikan saham publik meningkat secara signifikan maka semakin banyak pula para pemangku kepentingan yang membutuhkan informasi terkait perusahaan, agar keputusan investasi yang mereka lakukan dapat tepat sasaran dan menguntungkan.

Media exposure yakni pengungkapan kegiatan terkait program *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan ke dalam media. Perhitungan *media exposure* dapat dilakukan dengan menghitung jumlah artikel atau informasi yang dimuat oleh perusahaan di *website* perusahaan tersebut maupun di berita *online* (Andreas et al., 2015). Selain itu, ukuran perusahaan atau *firm size* menjadi suatu bentuk eksistensi perusahaan berdiri besar atau kecil. Perusahaan yang besar cenderung mengungkapkan informasi CSR lebih luas (Wijaya, 2012), hal tersebut menjadi tanda bahwa perusahaan tersebut memiliki keikutsertaan *stakeholder* yang lebih banyak dibanding perusahaan kecil. *Stakeholder*

akan tertarik dengan perusahaan – perusahaan besar karena kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan besar lebih banyak, hal itu berarti laba perusahaan yang dihasilkan cukup menjanjikan dan membawa dampak yang cukup besar bagi masyarakat (Cowen et al.,1987)

CSR merupakan suatu fenomena strategi perusahaan yang menampung kebutuhan dan ketertarikan *stakeholder*, oleh sebab itu *stakeholder* perlu mengetahui informasi tentang CSR. *Investor* menjadikan CSR sebagai faktor dalam pengambilan keputusannya (Gardina et al., 2014). *Investor* akan melihat aktivitas tanggung jawab sosial yang telah dilakukan untuk mengetahui keberlanjutan perusahaan tersebut. Sehingga, pengungkapan CSR dapat mempengaruhi reaksi *investor* dalam upaya pengambilan keputusan (Andreas et al., 2015).

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dijelaskan keterkaitan masing-masing variabel adalah dengan adanya penyertaan saham oleh publik, maka perusahaan akan berusaha semaksimal mungkin agar *image* perusahaan di mata masyarakat terlihat bagus. Hal tersebut akan menyebabkan perusahaan memiliki kecenderungan dalam menerapkan *green accounting* yang mencerminkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Salah satu cara penyampaian agar masyarakat dapat lebih mempercayainya adalah dengan mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan melalui suatu media seperti *website* resmi perusahaan dan media *online* lainnya. Pengungkapan tersebut akan dapat lebih meyakinkan masyarakat bahwa perusahaan tersebut telah

bertanggung jawab akan lingkungan dan masyarakat sekitarnya. Selain itu, pengungkapan CSR pada laporan tahunan yang telah dibuat perusahaan dapat dijadikan bahan pertimbangan investor dalam pengambilan keputusan dalam hal ini adalah reaksi investor. Adanya inkonsistensi hasil penelitian terkait menyebabkan peneliti memutuskan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari ketiga faktor yaitu penerapan *green accounting*, kepemilikan saham publik, *media exposure* terhadap *CSR disclosure* serta bagaimana dampaknya terhadap reaksi *investor* yang mengacu pada tidak hanya laporan tahunan saja melainkan juga pada laporan berkelanjutan periode 2014 – 2018, dengan tujuan agar data CSR yang diperoleh lebih akurat dan benar – benar sesuai dengan GRI G4. Hal ini menjadi pembeda penelitian dengan beberapa penelitian yang sudah ada.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah *green accounting* berpengaruh terhadap *CSR disclosure*?
2. Apakah kepemilikan saham publik berpengaruh terhadap *CSR disclosure*?
3. Apakah *media exposure* berpengaruh terhadap *CSR disclosure*?
4. Apakah ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol berpengaruh terhadap *CSR disclosure*?
5. Apakah tingkat keluasan *CSR disclosure* berpengaruh terhadap *investor reaction* yang diuji dengan *abnormal return* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menguji pengaruh *green accounting* terhadap *CSR disclosure*
2. Menguji pengaruh kepemilikan saham publik terhadap *CSR disclosure*
3. Menguji pengaruh *media exposure* terhadap *CSR disclosure*
4. Menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap *CSR disclosure*
5. Menguji pengaruh tingkat keluasan *CSR disclosure* terhadap *investor reaction* yang diuji dengan *abnormal return*

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini yaitu :

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan tahunannya dan secara jangka panjang dapat menjadi dorongan bagi perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial lebih luas lagi serta lebih peduli terhadap lingkungan sekitar.

2. Bagi *Stakeholder*

Penelitian ini bermanfaat bagi *stakeholder* sebagai informasi tambahan serta referensi mengenai pengungkapan CSR suatu perusahaan guna bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan atau pun hanya sekedar informasi mengenai *feedback* yang diberikan oleh perusahaan.

3. Bagi Penulis

Sebagai syarat untuk memperoleh gelar S1 akuntansi serta menambah ilmu pengetahuan serta wawasan mengenai hubungan penerapan *green accounting*, kepemilikan saham publik dan *media exposure* serta bagaimana dampaknya terhadap *investor* sehingga diharapkan dapat bermanfaat untuk masyarakat sekitar.

4. Bagi Akademisi

Penelitian ini bermanfaat bagi akademisi dalam hal sumber atau referensi dibidang ilmu akuntansi yakni mengenai *green accounting*, kepemilikan saham publik dan *media exposure* serta bagaimana dampaknya terhadap investor. Sehingga dapat memberikan kontribusi tambahan bagi dunia pendidikan dibidang akuntansi.