

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dinamika bisnis di Indonesia yang kian pesat mendorong perusahaan untuk terus berinovasi dan menyusun strategi demi kelangsungan hidup. Setiap perusahaan didirikan dengan tujuan utama meraih keuntungan maksimal dan memberikan nilai tambah (Agnes, 2023). Perkembangan dunia usaha saat ini menuntut perusahaan untuk tidak hanya berfokus pada profit (*Single bottom line*) tetapi juga pada tiga aspek lain yang dikenal sebagai *Triple bottom line*, yaitu *profit*, *planet*, dan *people*. Artinya, perusahaan yang ingin berkelanjutan tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga harus memperhatikan dan terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) serta berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) (Bahari, 2022). Oleh karena itu, perusahaan kini dituntut untuk menerapkan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) guna membangun citra positif perusahaan.

Menurut Tanwar & Rao, (2023) mendefinisikan *Corporate social responsibility* (CSR) sebagai bentuk komitmen perusahaan untuk menggunakan praktik bisnis yang etis untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengembalikan sebagian sumber dayanya. Selain itu menurut Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia nomor 9 tahun 2020, definisi tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen badan usaha untuk berperan serta dalam pembangunan sosial berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi badan

usaha sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Saat ini *corporate social responsibility* bukan lagi sebuah pilihan melainkan sebuah keharusan (Cho & Ryu, 2022). Mengingat kemungkinan timbulnya dampak negatif sosial dan lingkungan akibat kegiatan bisnis, perusahaan wajib untuk secara sukarela menerbitkan laporan yang menjelaskan secara komprehensif bagaimana mereka berkontribusi dalam menyelesaikan berbagai permasalahan sosial dan lingkungan di sekitar wilayah operasinya.

Pada Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan (SEOJK) Nomor 16/SEOJK.04/2021 tentang bentuk dan isi laporan tahunan emiten atau perusahaan publik dikatakan pada huruf h ayat 1 bahwa informasi yang diungkapkan dalam bagian tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan laporan keberlanjutan (*Sustainability Report*). Laporan keberlanjutan berisi informasi lengkap mengenai kinerja perusahaan dalam aspek sosial, lingkungan, dan tata kelola. Standar internasional laporan keberlanjutan yang digunakan seperti *Global Reporting Initiative* (GRI) menyediakan kerangka kerja untuk mengukur dan melaporkan kinerja CSR yang sesuai dengan ketentuan. Di Indonesia, emiten atau perusahaan publik dalam menyusun laporan keberlanjutan sesuai dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 51/POJK.03/2017 tentang penerapan keuangan berkelanjutan bagi lembaga jasa keuangan, emiten dan perusahaan publik. Peraturan PJOK ini berlaku efektif sejak tahun 2019 dan telah diimplementasikan oleh beberapa emiten di tahun 2020.

Meningkatkan kesadaran perusahaan dalam mengkomunikasikan aktivitas sosial dan lingkungannya kepada pihak internal dan eksternal menjadi kunci penting untuk

mendorong pelaksanaan CSR yang efektif. Melalui berbagai program CSR seperti beasiswa pendidikan, layanan kesehatan karyawan, pelatihan UMKM, pengelolaan sampah, pengurangan emisi karbon, dan bantuan bencana, perusahaan tidak hanya berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat, tetapi juga menunjukkan komitmennya terhadap kepentingan publik lainnya (Rochmaniah & Sinduwiatmo, 2020). Lebih dari itu, pelaksanaan CSR yang terencana dan transparan dapat meningkatkan reputasi dan citra perusahaan, memperkuat hubungan dengan *stakeholders*, dan membuka peluang baru untuk pengembangan bisnis yang berkelanjutan. Dengan demikian, CSR bukan saja hanya menjadi kewajiban moral, tetapi juga menjadi strategi bisnis yang cerdas untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan dan berkontribusi pada pembangunan sosial dan lingkungan yang baik.

CSR tak lagi pilihan, melainkan keharusan bagi perusahaan. Ketentuan ini tertuang dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang PT (Perseroan Terbatas), mewajibkan perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Diperkuat dengan Undang-Undang Nomor 47 Tahun 2012, sejak tahun 2012, CSR menjadi kewajiban mutlak bagi perseroan. Lebih lanjut, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup menegaskan hak seluruh warga Indonesia untuk hidup di lingkungan yang lestari dan sehat. Seluruh regulasi ini mewajibkan perusahaan untuk menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan kepada masyarakat (Alfariz & Widiastuti, 2021).

Mengenai aturan – aturan diatas dapat dikatakan bahwa pemerintah mengerti potensi dampak negatif dari aktivitas bisnis. Pemerintah hadir dalam bentuk penerbitan perundangan untuk mencegah dampak buruk dari aktivitas bisnis, sehingga mencegah dampak negatif bagi masyarakat di sekitarnya. Akan tetapi landasan hukum yang kuat dan jelas bagi pengungkapan CSR belum mampu memotivasi perusahaan untuk melakukan praktik pengungkapan CSR dengan baik. Terlepas dari keuntungan pengungkapan CSR, pelanggaran praktik dan pelaporan masih marak terjadi. Maka dari itu, pemegang saham dan manajemen harus lebih berkomitmen untuk memprioritaskan isu lingkungan dan sosial serta menjadi bagian dari strategi bisnis perusahaan (Alfariz & Widiastuti, 2021).

Berbagai kendala dan contoh kasus terkait tanggung jawab sosial perusahaan muncul di beberapa sektor, terutama pada perusahaan non-keuangan seperti industri kimia, barang konsumsi, infrastruktur, pertambangan, properti, *real estate* dan konstruksi bangunan, dan kesehatan. Industri - industri tersebut mempunyai dampak langsung pada lingkungan yang lebih besar dibandingkan perusahaan keuangan. Banyaknya interaksi perusahaan dengan lingkungan melahirkan berbagai tantangan yang perlu dihadapi. Seperti dilansir dalam Zonasultra.id, (2021) sekelompok masyarakat di Sorowako, Sulawesi Tenggara, melakukan aksi protes terhadap PT Vale Indonesia. Mereka menilai bahwa program CSR yang dijalankan oleh perusahaan tersebut tidak tepat sasaran dan mengabaikan tenaga kerja lokal. Para pengunjung rasa menuntut beberapa hal, seperti prioritas perekrutan tenaga kerja lokal, pengelolaan dana CSR yang transparan dan akuntabel, serta pembangunan *smelter* yang telah dijanjikan. Aksi ini merupakan bentuk

kekecewaan masyarakat terhadap PT Vale Indonesia yang dianggap tidak memberikan manfaat maksimal bagi masyarakat sekitar. Protes ini menunjukkan pentingnya perusahaan menjalankan program CSR yang berkelanjutan dan berdampak positif bagi masyarakat sekitar. Perusahaan didorong untuk melibatkan masyarakat dalam proses perencanaan dan pelaksanaan program CSR, serta memastikan program tersebut tepat sasaran dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat.

Selanjutnya kasus dilansir dalam Kompas, (2023) Direktorat Jenderal Penegakan Hukum (Gakkum) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menangani 908 kasus kejahatan lingkungan di Indonesia. Dari jumlah tersebut, 546 kasus melibatkan perusahaan dan 362 kasus lainnya melibatkan individu atau kelompok masyarakat. Kasus-kasus tersebut terkait dengan berbagai macam pelanggaran lingkungan, seperti penebangan liar, perambahan hutan, pencemaran lingkungan, dan kerusakan lingkungan. KLHK menjatuhkan sanksi administratif kepada 426 pelaku, dengan total denda mencapai Rp 20,79 triliun. Selain itu, 170 kasus telah mencapai tahap P21 (tingkat penyidikan kedua) dan KLHK bekerja sama dengan Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK) untuk menyelidiki potensi tindak pidana pencucian uang terkait kejahatan lingkungan. Krisis lingkungan ini menjadi bukti nyata minimnya kepedulian perusahaan terhadap kelestarian alam dan tanggung jawab sosialnya.

Salah satu kasus pelanggaran lingkungan oleh perusahaan, yaitu terjadi pada kasus PT Medco E&P, diduga kebocoran gas di Aceh Timur menyebabkan puluhan warga mual, muntah, dan dilarikan ke rumah sakit. Bau gas yang menyengat memaksa

678 warga Desa Pantan Rayeuk T, Kecamatan Banda Alam, mengungsi (DLHK ACEH, 2023). Tak hanya mencemari lingkungan, program CSR PT Medco di Aceh Timur menuai kecaman dari berbagai pihak. Masyarakat sekitar mengeluhkan minimnya transparansi dan partisipasi dalam program CSR, serta kegagalan beberapa program yang dijalankan. Salah satu contohnya adalah program penanaman padi Sistem of *Rice Intensification* (SRI) yang gagal karena lahan tidak cocok dan masyarakat tidak mendapatkan pelatihan yang memadai. Terdapat juga dugaan penyalahgunaan dana CSR oleh konsultan, banyak anggaran yang diduga mengalir ke konsultan bukan ke masyarakat. Hal ini menyebabkan program CSR tidak memberikan manfaat yang diharapkan bagi masyarakat dan lingkungan (AJNN, 2023). Maka dari itu perlunya transparansi terhadap dana CSR yang diberikan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan hidup, serta meningkatkan akuntabilitas perusahaan juga diperlukan agar dapat meningkatkan kepercayaan publik.

Terlihat jelas dari berbagai fenomena yang terjadi, banyak perusahaan di Indonesia masih memiliki kesadaran rendah dalam mengungkap program CSR mereka. Hal ini mengakibatkan kerusakan dan pencemaran lingkungan, serta kurangnya transparansi dalam pelaksanaan program CSR. Dengan ini pengembangan bisnis yang berkelanjutan mengharuskan perusahaan untuk menjalankan proses bisnis mereka dengan cara yang tidak mengganggu keseimbangan masyarakat, merugikan kesejahteraan sosial, atau menurunkan kualitas lingkungan. Dengan melestarikan lingkungan perusahaan berkontribusi kepada masyarakat dan mendorong pembangunan berkelanjutan (Duc Thuan *et al.*, 2024).

Akuntansi pun saat ini terus berkembang seiring dengan perkembangan masyarakat, dan perusahaan telah menyadari bahwa sistem akuntansi tradisional memerlukan bantuan untuk mengimbangi meningkatnya kompleksitas bisnis. Akuntansi tradisional yaitu mempertimbangkan manajemen dan pemilik modal, sementara sektor lainnya sering kali dikesampingkan. Sementara itu ekspektasi terhadap dunia usaha saat ini semakin meningkat dan dunia usaha harus melihat aspek baru tersebut yaitu akuntabilitas kepada pemangku kepentingan, dimana bisnis bisnis yang sukses bukan hanya mementingkan keuntungan bagi manajemen dan investor, tetapi juga mempertimbangkan kesejahteraan karyawan, kepuasan pelanggan, dan kontribusi positif bagi masyarakat. (Tanwar & Rao, 2023).

Terbukanya perusahaan dalam menyampaikan program CSR mereka dipengaruhi oleh beberapa hal. Penelitian ini fokus pada tiga faktor yang diduga memengaruhi hal tersebut, yaitu akuntansi hijau (*green accounting*), kepemilikan saham oleh manajemen, dan *media exposure* yang dilakukan oleh perusahaan. Ketiga faktor ini menjadi indikator untuk melihat dampak terhadap transparansi perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya. Salah satu faktor yang memengaruhi keterbukaan CSR adalah akuntansi hijau. Konsep ini hadir sebagai solusi atas keterbatasan akuntansi tradisional. *Green accounting* menekankan pada kegiatan ekonomi yang ramah lingkungan dan berkelanjutan, serta peduli terhadap aspek sosial dan lingkungan. *Green accounting* didefinisikan sebagai model akuntansi yang mencakup biaya tidak langsung dan keuntungan dari kegiatan ekonomi, seperti

dampak terhadap lingkungan dan konsekuensi medis dari keputusan rencana bisnis (Tanwar & Rao, 2023).

Selain itu *green accounting* ialah perhatian perusahaan terhadap aspek lingkungan dan sosialnya, ini artinya *green accounting* merupakan aspek yang menyediakan informasi dalam manajemen lingkungan dan sosial untuk mendukung manajemen dalam menentukan biaya, sebagai dampak dari aktivitas perusahaan yang berdampak pada lingkungan dan juga sebagai usaha perusahaan dalam meraih pembangunan yang berkelanjutan. Kemajuan perusahaan tak hanya diukur dari keuntungan finansial, tetapi juga dari biaya lingkungan yang dikeluarkan untuk mencapai keuntungan tersebut (Dhar *et al.*, 2022). Oleh karena perusahaan yang baik adalah perusahaan yang mampu menyeimbangkan antara keuntungan finansial dengan tanggung jawab terhadap lingkungannya.

Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) juga memberikan penghargaan terhadap perusahaan yang mampu menerapkan industri hijau setiap tahunnya melalui kegiatan PROPER yaitu program penilaian peringkat kinerja perusahaan. PROPER juga tak hanya memberi penghargaan, tetapi juga mewujudkan transparansi dan demokratisasi pengelolaan lingkungan di Indonesia. Selain itu, dengan adanya *green accounting* memungkinkan perusahaan untuk mengurangi laju degradasi lingkungan akibat tindakan operasional perusahaan (Ashibogwu, 2023). Penelitian yang dilakukan oleh (Ashibogwu, 2023; Duc Thuan *et al.*, 2024; Tanwar & Rao, 2023) menyatakan bahwa *green accounting* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Namun, penelitian (Agnes, 2023; Ekundayo & Odhigu,

2021; Riandy *et al.*, 2023) menunjukkan hasil berbeda, yaitu tidak adanya pengaruh *green accounting* terhadap pengungkapan CSR.

Faktor kedua yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah Kepemilikan Manajerial. *Corporate Social Responsibility* (CSR) memerlukan komitmen dari manajemen untuk mengalokasikan sumber daya perusahaan tanpa mengorbankan kesejahteraan pemilik. Kepemilikan manajerial adalah proporsi saham yang dimiliki oleh manajer tingkat atas, seperti direktur, komisaris, dan sejenisnya (Alfariz & Widiastuti, 2021). Kepemilikan manajerial kemungkinan besar memainkan peran yang berpengaruh dalam membawa konvergensi pandangan antara manajemen perusahaan dan pemangku kepentingan lainnya yang mempengaruhi kinerja perusahaan (Al Amosh & Khatib, 2021). Kepemilikan manajerial memainkan peran penting dalam mendorong pengungkapan CSR. Dengan menyelaraskan kepentingan manajer dengan kepentingan perusahaan dan masyarakat secara luas, kepemilikan manajerial dapat berkontribusi pada pembangunan bisnis yang berkelanjutan.

Dalam sistem perusahaan, kepemilikan manajerial dapat mengurangi konflik kepentingan antara pemilik yaitu pemegang saham dan manajemen sebagai pengelola perusahaan karena manajemen akan bertindak dengan memikirkan kepentingan pemegang saham, yang dimana dirinya sendiri sehingga asimetri informasi lebih rendah. Penelitian yang dilakukan oleh (Rahman & Masdupi, 2021) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berbeda dengan penelitian (Al Amosh & Khatib, 2021; Al Fadli *et al.*, 2022; Alfariz & Widiastuti, 2021; Ananzeh *et al.*, 2023; Cho & Ryu, 2022; Dakhli,

2021; Salehi *et al.*, 2021) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR).

Faktor ketiga yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah *media exposure* atau pengungkapan media. Pada saat ini, masyarakat cenderung menggunakan teknologi untuk mendapatkan informasi sehingga perusahaan yang melakukan publikasi atau pengungkapan sosial dan lingkungannya akan menggunakan bantuan dari media. *Media exposure* merupakan alat yang strategis bagi organisasi untuk memperkuat citra publik, meningkatkan kepercayaan, dan mencapai tujuan CSR mereka. Dengan memanfaatkan media secara efektif, organisasi dapat membangun hubungan yang positif dengan pemangku kepentingan dan mendapatkan dukungan yang lebih luas untuk keberhasilan mereka (Dunn & Grimes, 2022).

Popularitas situs Internet, terutama sebagai media penyampaian pesan informasi, disebabkan oleh tidak adanya batasan waktu dan biaya penyebaran yang lebih rendah dibandingkan media konten tradisional (TV dan koran). Media sosial dapat digunakan dalam penerapan kebijakan CSR dengan cara: memberi informasi kepada pemangku kepentingan tentang inisiatif sosial yang saat ini dilakukan oleh perusahaan, mendorong pemangku kepentingan untuk berbagi pendapat tentang inisiatif CSR untuk mendapatkan umpan balik segera, memperoleh informasi tentang inisiatif *actor* lain, kegiatan di bidang CSR memperkuat *brand* dengan memelihara *channel* CSR di media sosial. Selain itu, perusahaan juga dapat terus mendorong pemangku kepentingan melalui media sosial untuk berpartisipasi dalam program yang sedang dijalankan dan

mengingatkan pemangku kepentingan mengenai program tersebut (Mazur-Wierzbicka, 2021).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui media juga berarti menerapkan keterbukaan informasi. Mempublikasikan CSR secara transparan berarti telah menginformasikan bahwa dana untuk program CSR telah dialokasikan dengan baik. Hal ini dapat memberikan kepercayaan masyarakat, sehingga masyarakat tertarik untuk menanamkan modalnya ke perusahaan dan berakibat adanya kenaikan laba dan harga saham perusahaan. Selain dengan mengungkapkan di laporan keuangan dan laporan keberlanjutan untuk mengungkapkan kegiatan CSR, perusahaan juga dapat menggunakan situs resmi perusahaan (Agnes, 2023). Penelitian yang dilakukan oleh (Agnes, 2023; Ananzeh *et al.*, 2023; Dunn & Grimes, 2022; Mazur-Wierzbicka, 2021; Sparacino *et al.*, 2024) menyatakan bahwa *media exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hasil lainnya dalam penelitian (Alfariz & Widiastuti, 2021; Septyaweni, 2022) menyatakan bahwa *media exposure* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Berdasarkan uraian latar belakang, fenomena yang dijelaskan dan penelitian sebelumnya didapatkan adanya inkonsistensi hasil penelitian pada penelitian terdahulu. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Green Accounting*, Kepemilikan Manajerial, dan *Media Exposure* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Studi Kasus Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020 - 2023”**.

1.2. Identifikasi, Pembatasan, dan Rumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Uraian latar belakang di atas mengantarkan pada identifikasi permasalahan berikut:

1. Landasan hukum yang kuat dan jelas belum mampu memotivasi perusahaan, untuk melaksanakan Pengungkapan CSR.
2. *Corporate Social Responsibility* (CSR) sering kali dianggap bukan kewajiban, sehingga perusahaan tidak rutin melakukan pengungkapan CSR secara sukarela.
3. Alokasi dana CSR yang disalurkan dinilai tidak transparan dan tidak merata terhadap sejumlah daerah.

1.2.2. Pembatasan Masalah

Pada penelitian ini, penulis membatasi ruang lingkup penelitiannya pada beberapa aspek, yaitu:

1. Dalam penelitian ini variabel dependen yaitu pengungkapan CSR, diukur menggunakan laporan keberlanjutan (SEOJK NO.16/SOJK.04/2021) dengan model GRI Standards.
2. Variabel independen yaitu *green accounting* dihitung berdasarkan pada peringkat perusahaan yang konsisten mengikuti PROPER 2020-2023 dan *media exposure* di proksikan menggunakan media sosial instagram atau *website* perusahaan.

1.2.3. Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, penelitian ini difokuskan pada rumusan masalah berikut:

1. Apakah *green accounting* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
2. Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
3. Apakah *media exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?

1.3. Tujuan Penelitian

Uraian dalam rumusan masalah telah memaparkan beberapa tujuan penelitian ini, yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh dari *green accounting* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
2. Untuk menganalisis pengaruh dari kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
3. Untuk menganalisis pengaruh dari *media exposure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi wawasan, referensi, dan pemahaman baru terkait pengaruh *green accounting*, kepemilikan manajerial, dan *media exposure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

1.4.2. Manfaat Praktisi

a. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat memberikan informasi tambahan sebagai literatur yang dapat digunakan untuk penelitian lanjutan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan atau referensi bagi peneliti selanjutnya dengan topik dan permasalahan yang sama.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang keadaan perusahaan untuk membantu pengambilan keputusan, memberikan informasi tambahan, terutama tentang pengungkapan *corporate social responsibility*, dan memberikan saran atau masukan tentang cara meningkatkan kinerja perusahaan.

c. Bagi Pembaca

Sebagai sumber informasi yang dapat memberikan instruksi dan pengetahuan tentang bagaimana *green accounting*, kepemilikan manajerial, dan *media exposure* berdampak pada pengungkapan *corporate social responsibility*. Selain itu, dapat berfungsi sebagai pedoman pembaca untuk pengambilan keputusan dalam berinvestasi.