

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada arus kemodernan zaman yang sedang terjadi kini, merupakan suatu momen pembangunan perusahaan yang sangat pesat dalam sektor industri, terutama kondisi perekonomian yang saat ini juga telah terjadi suatu persaingan yang ketat antar perusahaan, khususnya perusahaan di bidang manufaktur. Persaingan yang telah terjadi tersebut membuat perusahaan harus bertahan, dan juga mengembangkan seoptimal mungkin serta meningkatkan kinerja perusahaan agar mampu meraih tujuan awal yang telah ditargetkan perusahaan. Secara khusus perusahaan manufaktur yang sangat berperan penting dalam perekonomian Indonesia.

Kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan dan tanggung jawab sosial di Indonesia telah diatur dalam UU-PT No. 40 Pasal 74 Tahun 2007 yang menjelaskan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha yang berhubungan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, UU No. 40 Tahun 2007 Pasal 1 ayat 3 tentang Perseroan Terbatas menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya

Perusahaan memiliki hubungan yang sangat erat dengan pihak-pihak luar, baik dengan pemerintah, masyarakat, investor maupun pihak lainnya. Oleh sebab itu pihak-pihak tersebut saling membutuhkan dan mempunyai hubungan timbal balik antara satu dengan yang lainnya. Kontribusi yang terjalin antar keduanya akan menentukan keberhasilan dalam perannya. Dua aspek agar menciptakan kondisi yang sinergis dengan keduanya maka harus diperhatikan sehingga keberadaan perusahaan menciptakan perubahan ke arah peningkatan taraf hidup masyarakat.

Perusahaan saat ini dituntut untuk lebih meningkatkan perhatiannya kepada lingkungan sosial dan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen serta pemilik modal, akan tetapi juga karyawan, masyarakat, dan lingkungan lainnya. Adanya tuntutan tersebut serta perkembangan teknologi dan informasi saat ini, maka perusahaan harus melakukan perubahan terhadap tanggung jawab sosial atau yang biasa dikenal

dengan *corporate social responsibility (CSR)*. Penerapan CSR diharapkan perusahaan dapat melangsungkan usahanya dalam jangka panjang (Gunawan dan Suhartini, 2008).

Dampak dari keberadaan CSR sangatlah besar, dampak ini berlaku bagi masyarakat maupun perusahaan, salah satunya bagi perusahaan, yaitu untuk meningkatkan citra positif bagi perusahaan di mata masyarakat. Selain itu, juga untuk memperkuat *brand* perusahaan di mata publik, supaya nantinya perusahaan tetap hadir di pasar perdagangan. Lalu bagi masyarakat, disisi lain juga masyarakat dapat memanfaatkan CSR sebagai kesempatan untuk membuka kerja sama baru untuk program sosial masyarakat.

Perusahaan yang memiliki skala lebih besar akan melakukan pengungkapan informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang kecil, dikarenakan perusahaan yang besar akan menghadapi berbagai resiko seperti tekanan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Sehingga semakin besar ukuran suatu perusahaan maka perusahaan tersebut akan menghadapi pengungkapan terhadap laporan pertanggungjawaban sosial yang besar pula.

Perkembangan dunia yang semakin modern sangat erat dengan adanya kemajuan teknologi, dengan pengkomunikasian CSR melalui media akan meningkatkan reputasi perusahaan di lingkungan masyarakat, melalui media tersebut perusahaan bisa mengungkapkan aktivitas CSR dan diharapkan masyarakat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Menurut Munif *et al.*, (2010) perusahaan dapat mengungkapkan kegiatan CSR melalui berbagai macam media. Terdapat tiga media yang sering digunakan perusahaan dalam mengungkapkan kegiatan CSR nya, yaitu melalui media koran, televisi dan internet.

Pengungkapan CSR seperti kegiatan tersebut termasuk pengaruh pengungkapan CSR, pengungkapan media atau *media exposure* merupakan alat bagi perusahaan untuk melakukan komunikasi dengan stakeholder dalam menyampaikan informasi dan prospek perusahaan. Jika perusahaan ingin dapat kepercayaan dan legitimasi melalui *corporate social responsibility (CSR)*, maka perusahaan harus mempunyai kapasitas untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan berkomunikasi dengan pemangku kepentingannya secara efektif. Media internet atau *website* merupakan salah satu media yang sangat efektif serta relevan bagi masyarakat saat ini, hal ini juga didukung dengan jumlah pengguna internet yang terus bertambah seiring perkembangan zaman.

Pada kegiatan *corporate social responsibility* ukuran perusahaan banyak digunakan perusahaan dalam *annual report*. Semakin besar ukuran perusahaan, maka perusahaan tersebut semakin dikenal oleh masyarakat, maka dari itu untuk mendapatkan suatu informasi suatu perusahaan akan dapat lebih mudah, karena perusahaan yang lebih besar cenderung mendapat pengawasan dan perhatian dari masyarakat dibandingkan dengan perusahaan yang kecil.

Salah satu unsur *corporate governance* yang memiliki pengaruh atas penerapan CSR adalah struktur kepemilikan. Mayoritas penelitian memberikan bukti yang kompleks mengenai pengaruh struktur kepemilikan terhadap pengungkapan CSR. Hal tersebut sejalan dengan prinsip transparansi, yaitu perusahaan dengan kepemilikan institusional dan kepemilikan asing yang tinggi akan memiliki tekanan lebih tinggi untuk mengungkapkan aktivitasnya dengan alasan untuk memasarkan sahamnya (Rosmasita, 2007).

Kepemilikan institusional oleh investor yang berasal dari pihak luar perusahaan, seperti dari sektor keuangan perusahaan efek, perusahaan investasi, perusahaan asuransi, perbankan, dan dana pension (Aminudin, 2004). Dengan adanya struktur kepemilikan saham yang tinggi oleh institusi maka akan mendorong peningkatan pengawasan (*monitoring*) yang lebih optimal dan efektif terhadap kinerja manajemen perusahaan, sehingga dapat meminimalisasi konflik keagenan dan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Haruman, 2007).

Industri di bidang manufaktur merupakan industri yang mayoritas perusahaan-perusahaannya terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). perusahaan manufaktur biasanya menggunakan mesin dan tenaga manusia dalam skala besar dalam produksinya serta menghasilkan limbah dari setiap hasil produksi tersebut. Jika limbah tersebut tidak dikelola dengan metode yang baik maka akan berdampak kepada lingkungan, hal tersebut biasanya akan mengakibatkan pencemaran lingkungan sekitar yang pastinya sangat masyarakat dan lingkungan itu sendiri.

Adanya fenomena yang terjadi saat ini banyaknya kerugian yang ditimbulkan oleh perusahaan yang tidak bertanggung jawab karena melakukan eksploitasi sumber daya alam yang secara tidak terkendali, berlebihan dan meningkatnya populasi limbah industri. Selain itu peneliti juga untuk membuka mata masyarakat agar bisa memahami mengenai pengungkapan laporan *corporate social responsibility* di perusahaan.

Penelitian mengenai *media exposure* dan struktur kepemilikan saham terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* telah dilakukan oleh beberapa peneliti

diantaranya Maulidra (2015), Juliantari dan Indraswaraswati (2020) dan Alfarizi (2016). Penelitian tersebut meneliti pengaruh *media exposure* dan struktur kepemilikan saham.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian (Alfarizi, 2016) yang menguji apakah pengaruh *media exposure*, ukuran perusahaan, *leverage* dan struktur kepemilikan saham terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan manufaktur. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini menggunakan variabel *media exposure* dan struktur kepemilikan saham. Sedangkan variabel *profitabilitas*, Ukuran Perusahaan dan *leverage* sebagai variabel kontrol. Objek penelitian ini pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2017-2019.

Penelitian mengenai kepemilikan institusional, kepemilikan asing terhadap pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan masih ditemukannya beberapa hasil penelitian bahwa kepemilikan institusional dan kepemilikan asing berpengaruh negative terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial. Secara teoritis semakin tinggi kepemilikan institusional dan kepemilikan asing menjadikan pengawasan yang lebih ketat terhadap manajemen perusahaan untuk mengungkapkan kegiatan sosial perusahaan. Perusahaan semakin banyak yang menyadari akan pentingnya program CSR sebagai salah satu bagian dari strategi perusahaan untuk mendapatkan legitimasi oleh masyarakat (Permanasari, 2010).

Adanya hasil yang tidak konsisten antara penelitian-penelitian sebelumnya dan semakin banyaknya perusahaan yang tertarik untuk mengungkapkan CSR yang menjadi alasan peneliti ingin menguji pengaruh *media exposure* dan struktur kepemilikan saham terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Berdasarkan latar belakang pada masalah diatas, maka penulis ingin melakukan penelitian yang lebih lanjut dengan judul “Pengaruh *Media Exposure* dan Struktur Kepemilikan Saham Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2019)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diperoleh dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah *media exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
2. Apakah struktur kepemilikan institusional berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?

3. Apakah struktur kepemilikan asing berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dilaksanakan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh *media exposure* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
2. Untuk menguji pengaruh struktur kepemilikan institusional terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
3. Untuk menguji pengaruh struktur kepemilikan asing terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

Dapat dijadikan sumber pustaka atau acuan serta sumbangan pemikiran pada penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan Pengaruh Media Exposure dan Struktur Kepemilikan Saham Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

- a. Bagi Peneliti, diharapkan mampu memberikan pandangan dan wawasan terhadap pengaruh *media exposure* dan struktur kepemilikan saham terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
- b. Bagi Mahasiswa, diharapkan penelitian ini bisa dimanfaatkan sebagai sumber acuan untuk melaksanakan penelitian secara relevan baik dari segi pemahaman mengenai Pengaruh *Media Exposure* dan Struktur Kepemilikan Saham Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.
- c. Bagi Perusahaan, diharapkan penelitian ini bisa memberikan saran atau masukan yang berkaitan dengan masalah mengenai *media exposure* dan

struktur kepemilikan saham untuk mengungkap *corporate social responsibility* (CSR) dan juga bisa digunakan sebagai bahan evaluasi dan meningkatkan kinerja perusahaan yang memiliki relevansi dengan *corporate social responsibility* perusahaan, serta sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepedulian lingkungan sosial.

