

BAB I

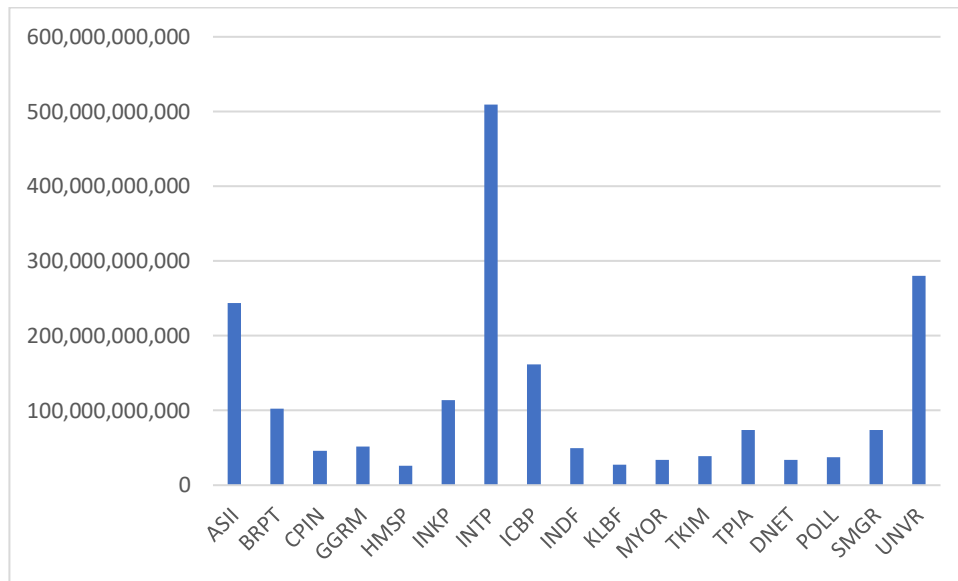
PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Perusahaan sektor manufaktur merupakan emiten yang kegiatan operasionalnya mengolah suatu barang dari proses olahan bahan baku menuju barang setengah jadi ataupun barang jadi. Sektor pada perusahaan manufaktur diklasifikasikan ke dalam tiga kategori: sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri, dan sektor barang konsumsi. Penelitian ini akan melihat semua perusahaan publik di industri manufaktur, terlepas dari industri mereka.

Menurut Badan Pusat Statistik dalam kabar berita Uly (2021) melaporkan pertumbuhan sektor manufaktur pada kuartal II tercatat sebesar 7,07% kemudian mengalami penurunan pada kuartal III sebesar 3,51% hal ini diakibatkan karena pembatasan kegiatan (PPKM) Covid-19 pada akhir tahun yang berdampak pada kurangnya aktivitas ekonomi. Namun di sisi lain, Menteri Perindustrian, Agus Gumiwang dalam kabar berita Elisabeth (2021) menyampaikan bahwa terdapat lima sektor manufaktur terbesar berkontribusi terhadap PDB Nasional pada triwulan III tahun 2021, yaitu subsektor makanan dan minuman mencapai 6,66%, subsektor industri kimia, farmasi, dan obat tradisional mencapai 1,96%, subsektor barang logam, komputer, barang elektronik, optik dan peralatan listrik mencapai 1,57%, subsektor alat angkutan mencapai 1,46%, dan juga subsektor tekstil dan pakaian jadi mencapai 1,05%. Kemudian investasi pada manufaktur tercatat senilai Rp167,1 triliun atau naik senilai 28,94%. Investasi tertinggi secara berurutan dihasilkan oleh industri logam dasar senilai Rp56,4 triliun, industri makanan dan minuman senilai Rp35,8 triliun, industri kimia farmasi dan obat tradisional Rp16 triliun, alat angkutan Rp14,7 triliun, serta industri kertas dan barang dari kertas, percetakan dan reproduksi media rekaman senilai Rp8,9 triliun.

Data menurut BEI tahun 2020, terdapat 50 perusahaan yang memiliki kapitalisasi pasar terbesar. Dari hal tersebut, terdapat berbagai macam sektor perusahaan dan diantaranya terdapat perusahaan manufaktur. Berikut merupakan grafik perusahaan manufaktur dengan nilai kapitalisasi terbesar:



Gambar 1. 1 Nilai Kapitalisasi Pasar Sektor Manufaktur

Sumber : (idx.co.id, 2020), data diolah penulis (2022)

Berdasarkan gambar pada 1.1 menandakan bahwa perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang hingga saat ini memiliki kesempatan untuk bertumbuh yang baik sehingga selalu menjadi daya tarik bagi investor, selain itu perusahaan dengan kapitalisasi pasar yang besar juga biasanya menjadi pilihan investor dalam menanamkan modalnya karena memiliki profil risiko yang konservatif (Kayo, 2020). Perusahaan yang memiliki kapitalisasi pasar besar cenderung memiliki kinerja keuangan yang stabil serta memiliki fundamental yang kuat dan potensi mencetak laba lebih besar dan pada umumnya produk atau jasa yang dijual memiliki nilai konsumsi yang tinggi.

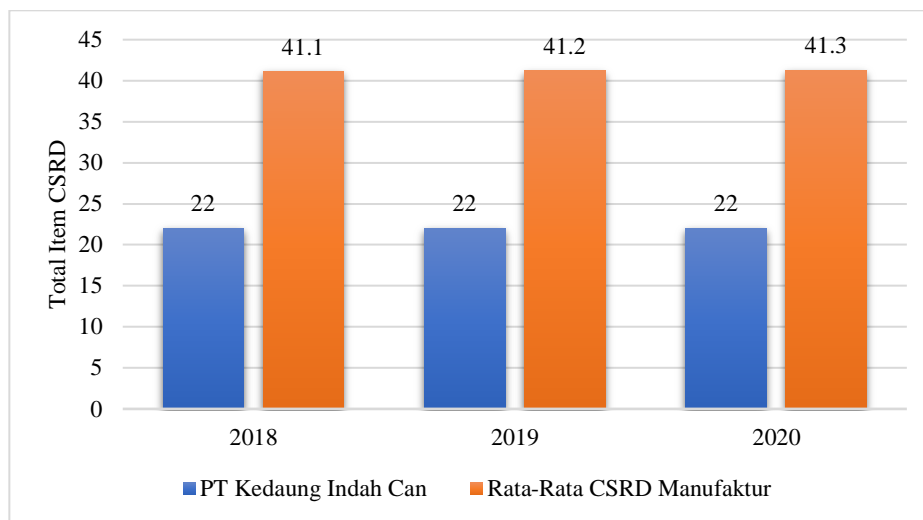
Objek penelitian ini berfokus pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018-2020. Alasan peneliti memilih perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian, karena memiliki peran penting dalam menyediakan produk yang diperlukan oleh masyarakat. Dalam proses membuat dan mengolah barang, perusahaan manufaktur membutuhkan sumberdaya yang besar untuk turut serta dalam menjaga lingkungan sosial sekitar perusahaan tersebut. Menurut Kemenperin (2019) penyerapan tenaga kerja oleh perusahaan terus mengalami peningkatan, hal tersebut berhubungan dengan

ketenagakerjaan dan memungkinkan timbulnya masalah sosial sehingga membutuhkan proses CSR yang di kelola dengan baik. Dalam aktivitas operasionalnya, perusahaan manufaktur berpeluang lebih besar dalam mencemari lingkungan jika tidak dapat ditangani dengan baik. Berdasarkan hal ini, maka penulis perlu melakukan penelitian mengenai *corporate social responsibility disclosure* terhadap perusahaan sektor manufaktur tahun 2018-2020.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Corporate Social Responsibility (CSR) didefinisikan sebagai mekanisme terhadap suatu perusahaan yang dilakukan secara sukarela dalam mengerahkan rasa tanggungjawab terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya sekaligus interaksinya dengan *stakeholder*. Pelaksanaan CSR dipandang sebagai kewajiban yang menambah beban perusahaan, tetapi juga dapat memberikan keuntungan atau manfaat tertentu, seperti meningkatkan citra positif perusahaan, meningkatkan akses permodalan, mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas, dan memfasilitasi manajemen risiko (Darma *et al.*, 2019). Kesadaran akan pentingnya mengungkap kegiatan CSR ini telah menjadi trend global seiring dengan kepedulian mengutamakan *stakeholder*, khususnya di Indonesia yang sudah secara penuh mendukung ataupun menyadari hubungan erat akan pentingnya kegiatan perusahaan dengan lingkungannya. Hal tersebut ditunjukkan pada perhaturan Undang-Undang No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang selanjutnya ditetapkan oleh PP No. 47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan Perseroan Terbatas. Dalam peraturan tersebut dijelaskan, Perusahaan yang bidang usahanya terkait dengan sumber daya alam wajib memikul tanggung jawab atas keadaan sosial dan lingkungan dan melaporkan pelaksanaan tugasnya dalam laporan tahunan, sesuai dengan peraturan. Perusahaan diharapkan menerbitkan laporan keberlanjutan kepada publik yang memuat informasi kinerja ekonomi, keuangan, sosial, dan lingkungan, sesuai dengan Peraturan OJK Nomor 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan yang diterbitkan pada tahun 2017. Undang-undang yang telah diterbitkan dimaksudkan untuk meningkatkan transparansi pengungkapan CSR perusahaan dalam laporan keberlanjutannya atau dalam laporan tahunannya. Oleh karena itu, dalam penelitian ini digunakan *Global*

Reporting Initiative (GRI) dari Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK). Peraturan ini dibuat untuk memaksa semua bisnis menerapkan praktik keuangan berkelanjutan.



Gambar 1. 2 Pengungkapan CSR Item POJK

Sumber: Data diolah penulis, (2022)

Di Indonesia, meskipun terdapat peraturan-peraturan yang mengatur mengenai *corporate social responsibility*, namun berdasarkan data grafik pada gambar 1.2 diatas menunjukkan bahwa perbandingan tingkat *corporate social responsibility disclosure* pada salah satu perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia memiliki total item pengungkapan yang buruk dibanding rata-rata *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan manufaktur lainnya. Salah satu perusahaan tersebut yaitu PT. Kedaung Indah Can Tbk yaitu hanya melakukan pengungkapan CSR sebanyak 22 item dari 67 item POJK, hal ini menjadi salah satu fenomena pada penelitian ini karena *corporate social responsibility disclosure* pada PT. Kedaung Indah Can Tbk tersebut tidak melebihi atau sama dengan 50% dari total 67 item POJK. Sedangkan tingkat *corporate social responsibility disclosure* perusahaan manufaktur dari tahun 2018 hingga 2020 mengalami peningkatan. Rata-rata pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur tahun 2018 sebesar 41.10 item pengungkapan, kemudian pada tahun 2019 sebesar 41.20 item pengungkapan, dan pada tahun 2020 sebesar 41.30 item

pengungkapan. Total rata-rata tersebut dapat dikatakan baik karena melebihi 50% total item POJK. Fenomena pada PT. Kedaung Indah Can Tbk, dimana salah satu indikator POJK yang tidak diungkapkan dalam CSR nya adalah terkait pencapaian kinerja penerapan keuangan berkelanjutan yang tidak pernah diungkapkan sejak tahun 2018-2020 (BEI, 2022). Perusahaan ini juga tidak mengungkapkan peran direksi dan dewan komisaris dalam mengelola, melakukan telaah berkala, dan meninjau efektivitas proses manajemen risiko Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik pada pengungkapan CSR di tahun 2018-2020 (BEI, 2022).

Dari fenomena tersebut dapat disimpulkan bahwa masih terdapat pelaku usaha yang tidak mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosialnya kepada publik secara tepat. Hal ini dikarenakan perusahaan hanya fokus meraih keuntungan tanpa memperhatikan reputasi perusahaan harus dibangun dengan baik untuk kepentingan *stakeholder*. Aktivitas *corporate social responsibility* harus diungkapkan, jika perusahaan melakukan tindakan yang terpuji, maka akan berdampak pada perusahaan itu sendiri yang mengakibatkan citra perusahaan akan menjadi buruk bahkan operasi perusahaan dapat diberhentikan. Pelaksanaan program CSR bukan hanya melakukan pemberian hadiah kepada masyarakat untuk menebus kesalahannya, tetapi kegiatan yang harus dilakukan secara konsisten dalam meningkatkan ekonomi, lingkungan dan sosial pada masyarakat sekitar.

Landasan teori pada penelitian ini adalah teori *stakeholder*, dimana teori *stakeholder* menjelaskan bahwa suatu perusahaan tidak hanya berjalan untuk kepentingan sendiri, melainkan harus memberikan manfaat kepada para pemegang saham, kreditur, pelanggan, pemasok, pemerintah, masyarakat, dan pihak lainnya Anggraini (2006) dalam (Indraswari & Mimba, 2017). Teori ini mengasumsikan bahwa demi kelangsungan hidup jangka panjang suatu perusahaan diharapkan dapat memberikan perhatian yang besar kepada *stakeholder* sehingga perlunya menjalin hubungan baik dengan *stakeholder*. Salah satu wujud akuntabilitas perusahaan yaitu dengan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*. Pengungkapan ini dianggap penting oleh para pemangku kepentingan untuk mengetahui dan mengevaluasi kegiatan perusahaan dalam melaksanakan perannya agar sejalan dengan keinginan yang diharapkan *stakeholder*.

Firm maturity menjadi faktor pertama yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam mengungkapkan *corporate social responsibility* tentu dipengaruhi kondisi dan sumber daya perusahaan. Siklus hidup perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan perusahaan dalam mengungkapkan CSR. Perusahaan pada tahap *growth* atau *mature* diyakini memiliki kondisi yang lebih stabil dengan kinerja dan arus kas stabil sehingga menarik cara pandang perusahaan untuk terlibat dalam CSR (Sugiarti, 2020). Secara khusus, penelitian terdahulu menemukan bahwa siklus hidup perusahaan merupakan salah satu faktor penting dalam investasi CSR, tetapi penelitian tidak melakukan pengujian secara empiris, sehingga diperlukan penelitian tambahan. Selanjutnya proksi yang digunakan untuk menghitung *firm maturity* yaitu *retained earnings-to-total-assets* (RE/TA). Menurut DeAngelo *et al* (2006) dalam Hasan & Habib (2016) bahwa jika nilai (RE/TA) tinggi, maka perusahaan dikategorikan dalam tahap *growth* atau *mature*, begitupun sebaliknya jika nilai (RE/TA) rendah maka perusahaan dikategorikan dalam tahap *young* atau *decline*. Menurut Withisuphakorn & Jiraporn (2015) bahwa perusahaan yang lebih *mature* memiliki kondisi yang lebih stabil dengan kinerja dan arus kas yang mudah diprediksi. Sehingga, perusahaan *mature* mampu berinvestasi lebih banyak dalam CSR. Sebaliknya, perusahaan *younger* memiliki arus kas yang tidak dapat diprediksi dan sedang mengalami pertumbuhan sehingga memiliki lebih sedikit kas yang tersisa untuk di investasikan dalam kegiatan CSR. Hal ini diperkuat oleh penelitian Sugiarti (2020) bahwa *firm maturity* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Selain itu penelitian oleh Hasan & Habib (2016) juga menguji hubungan siklus hidup perusahaan dan CSR, dan membuktikan bahwa *maturity* perusahaan dan inisiatif CSR berhubungan positif. Sedangkan menurut Lee & Choi (2018) pada penelitiannya menemukan bahwa perusahaan pada tahap *mature* tidak berpengaruh signifikan.

Selain itu, faktor kedua pada penelitian ini adalah *media exposure*. Dianggap dapat mendongkrak reputasi perusahaan, komunikasi CSR melalui media dapat menjadi salah satu metode *corporate social responsibility disclosure* yang paling berpengaruh. Untuk menciptakan kepercayaan melalui operasi tanggung jawab sosial perusahaan, emiten harus memiliki kemampuan untuk memenuhi

tuntutan pemangku kepentingan dan berkomunikasi secara efektif dengan pemangku kepentingan tersebut. Jika perusahaan ingin membentuk kepercayaan melalui kegiatan CSR, maka emiten wajib berkapasitas dalam memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan berkomunikasi dengan para *stakeholder*. Proksi yang digunakan dalam menghitung variabel *media exposure* adalah variabel dummy yaitu memberikan nilai 1 jika perusahaan mengungkapkan CSR pada *website* resmi perusahaan dan memberikan nilai 0 jika perusahaan tidak mengungkapkan aktivitas CSR pada *website* resmi perusahaan. Menurut Darma *et al.* (2019) bahwa pengungkapan media berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility disclosure*. Hal ini didukung oleh penelitian menurut Hasnia & Rofingatun (2017) bahwa *media exposure* berpengaruh secara signifikan dengan terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Namun penelitian menurut Septianingsih & Muslih (2019) memberikan hasil bahwa *media exposure* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Kapitalisasi pasar suatu perusahaan merupakan aspek terakhir yang dapat mempengaruhi *corporate social responsibility disclosure*. Kapitalisasi pasar merupakan total nilai pasar dari saham yang diterbitkan suatu emiten dengan mengalikan harga saham dengan jumlah saham yang beredar (Putri, 2020). Kapitalisasi pasar digunakan oleh investor untuk melihat prospek perusahaan ke depan, perusahaan dengan kapitalisasi pasar yang besar diyakini akan lebih stabil dari sisi keuangan, sehingga risiko yang dihadapi investor relatif kecil (Istiqomah & Amanah, 2021). Perusahaan dengan kapitalisasi pasar yang besar memiliki keterlibatan yang lebih luas dengan masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya, dan sebagai hasilnya, manajemen lebih mungkin untuk memperluas cakupan *pengungkapan CSR* (Indraswari & Mimba, 2017). Penelitian mengenai pengaruh kapitalisasi pasar terhadap *corporate social responsibility disclosure* memberikan hasil yang berbeda. Menurut temuan Oktavila & NR (2019) menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara kapitalisasi pasar terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian menurut Putri (2020) juga menunjukkan bahwa kapitalisasi pasar berpengaruh pada pengungkapan *corporate social responsibility*. Berbeda dengan penelitian menurut

Istiqomah & Amanah (2021) dalam penelitiannya menemukan bahwa kapitalisasi pasar tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

Terdapat inkonsistensi hasil dan perbedaan proksi dengan penelitian sebelumnya antara variabel independen terhadap *corporate social responsibility disclosure* yang dapat menjadi *gap research*. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Firm Maturity, Media Exposure, dan Kapitalisasi Pasar Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018–2020)**”.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang erat hubungannya dengan segala kegiatan dengan masyarakat, maka tidak asing jika perusahaan ini perlu memperhatikan lingkungan sekitarnya. Maka tidak heran jika perusahaan tersebut sudah seharusnya menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam rangka memperhatikan keadaan lingkungan dan sosial sekitar perusahaan berdiri. Perusahaan diwajibkan untuk melakukan tanggung jawab sosial yang telah diatur dalam perundang-undangan sebagaimana mestinya. Maka dengan adanya peraturan ini perusahaan diwajibkan untuk memenuhi tanggung jawabnya secara konsisten dalam meningkatkan ekonomi, lingkungan dan sosial pada masyarakat sekitar.

Melihat kenyataan yang terjadi, masih terdapat perusahaan yang mengabaikan kewajiban dalam mengungkapkan CSR. Pada penelitian ini, penulis mengkaji kembali pengaruh *firm maturity* yaitu untuk melihat perusahaan pada tahap *mature* yang dianggap memiliki kondisi lebih stabil dengan kinerja dan arus kas yang mudah diprediksi. Sehingga, perusahaan *mature* mampu berinvestasi lebih banyak dalam CSR. Tidak hanya *firm maturity* yang dapat mempengaruhi CSR, *media exposure* dan kapitalisasi pasar juga diduga dapat mempengaruhi CSR. Maka dari itu peneliti ingin mengkaji kembali pengaruh *firm maturity*, *media exposure*, dan kapitalisasi pasar terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Pada penelitian ini mengambil objek seluruh sektor perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020.

Berdasarkan yang sudah diuraikan sebelumnya, maka pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *firm maturity*, *media exposure*, kapitalisasi pasar dan *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018–2020?
2. Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara *firm maturity*, *media exposure*, kapitalisasi pasar terhadap *corporate social responsibility disclosure disclosure* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018–2020?
3. Apakah secara parsial:
 - a. *Firm maturity* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018–2020?
 - b. *Media exposure* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018–2020?
 - c. Kapitalisasi pasar berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018–2020?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, terdapat tujuan yang ingin diperoleh dari penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana *firm maturity*, *media exposure*, kapitalisasi pasar dan *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.
2. Untuk mengetahui apakah *firm maturity*, *media exposure*, kapitalisasi pasar berpengaruh secara simultan terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018–2020.

3. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial:
 - a. Pengaruh *firm maturity* terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018–2020.
 - b. Pengaruh *media exposure* terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018–2020.
 - c. Pengaruh kapitalisasi pasar terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018–2020.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat bagi pihak-pihak yang terbagi atas dua aspek penting :

1.5.1 Aspek Teoritis

- a. Bagi akademisi, diharapkan hasil pada penelitian ini dapat menjadi referensi atas ilmu akuntan khususnya terkait *corporate social responsibility disclosure* dengan hal-hal yang berpengaruh pada *corporate social responsibility*.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan mampu menyampaikan lebih banyak informasi tambahan dalam penelitian selanjutnya.

1.5.2 Aspek Praktis

- a. Bagi perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi mengenai kinerja perusahaan terhadap *corporate social responsibility*.
- b. Bagi investor
Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi kepada pemangku kepentingan mengenai faktor yang dapat mempengaruhi *corporate social responsibility* suatu perusahaan sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab satu memuat penjelasan mengenai uraian keseluruhan objek penelitian, serta latar belakang penelitian yang memuat secara keseluruhan, singkat dan ringkas. Rumusan masalah berbasis konteks. Bab ini pun menjelaskan tentang tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab dua memuat teori dari umum hingga khusus yang berkaitan dengan likuiditas, struktur modal, dan komite audit. Teori ini dapat dijadikan acuan ataupun perbandingan dari hasil dan pembahasan yang akan dilakukan di dalam penelitian dan diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan untuk jawaban sementara.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab tiga penulis mencakup mengenai metode yang ada maupun jenis penelitian, operasionalisasi variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, sumber data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai hasil analisis data dan hasil analisis deksriptif. Bab ini juga membahas hasil pengujian hipotesis mengenai pengaruh variabel independe (*firm maturity*, *media exposure*, dan kapitalisasi pasar) terhadap variabel dependen (*corporate social responsibility disclosure*) dan pembahasan mengenai pengaruh variabel.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memiliki kesimpulan yang merupakan pertanyaan penelitian. Selain itu, berisikan saran yang mampu berguna untuk peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan manfaat penelitian yang diharapkan mampu menyampaikan lebih banyak informasi bagi peneliti selanjutnya.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)