

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kondisi ekonomi yang semakin kompleks menimbulkan persaingan ketat antar industri. Setiap perusahaan akan berusaha untuk membentuk dan meningkatkan citra yang baik di masyarakat agar dapat mempertahankan keberadaannya di dunia industri dan dapat bersaing untuk mendapatkan keuntungan. Kehadiran perusahaan dapat membantu meningkatkan pendapatan pemerintah melalui pembayaran pajak. Selain itu, kehadiran perusahaan juga memberikan banyak keuntungan bagi masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja yang membuat angka pengangguran berkurang, menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat, serta membantu memberikan nilai tambah bagi perekonomian negara dengan pengelolaan sumber daya yang berkelanjutan (Saputri & Sudirman, 2024). Namun, keberadaan perusahaan juga memberikan dampak negatif yaitu menimbulkan berbagai persoalan lingkungan, seperti pencemaran, tindakan eksploitasi, polusi, dan radiasi jika proses bisnis tidak dilakukan dengan benar (Hadi, 2011). Untuk mempertahankan keberadaannya, perusahaan harus mampu untuk memberikan kontribusi positif dan bertanggung jawab terhadap lingkungan sosial atas dampak eksistensi perusahaan yang telah ditimbulkan karena akan mempengaruhi cara masyarakat memandang perusahaan.

Kemampuan perusahaan untuk terus beroperasi dan mempertahankan keberadaannya dibentuk oleh kekuatan pasar dan harapan masyarakat, sehingga perusahaan perlu memahami apa yang diharapkan masyarakat untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan (Putra & Kurniaty, 2024). Hal tersebut menunjukkan bahwa keberlanjutan perusahaan tidak hanya bergantung pada kemampuan beradaptasi dengan perubahan pasar, tetapi juga harus membangun hubungan baik untuk mendapatkan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat. Legitimasi menjadi sumber daya potensial yang dibutuhkan perusahaan untuk terus berkembang dan beroperasi secara berkelanjutan, serta dapat mempertahankan keberadaannya (*going concern*) (Hadi, 2011). Legitimasi mencerminkan sistem

pengelolaan perusahaan yang berpihak pada kepentingan masyarakat (*society*), pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat. Oleh karena itu, sebagai sistem yang mengutamakan keberpihakan kepada *society*, perusahaan harus beroperasi sesuai dengan harapan masyarakat. Legitimasi sangat diinginkan oleh perusahaan karena dapat dimanfaatkan sebagai strategi bagi perusahaan untuk mengembangkan bisnis dan menempatkan diri di tengah lingkungan masyarakat (Tajeri, 2023). Untuk memperoleh legitimasi atau pengakuan dari masyarakat dan pemangku kepentingan, perusahaan harus memastikan bahwa aktivitas operasionalnya mencerminkan nilai-nilai sosial dan selaras dengan norma yang berlaku di masyarakat (Luthan, 2010). Ketika berhasil memperoleh legitimasi, perusahaan dapat memenuhi harapan masyarakat dan membangun citra baik yang akan meningkatkan kepercayaan dan dukungan dari berbagai pihak.

Kurangnya perhatian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sebagai bagian dari *stakeholder* dapat menimbulkan protes yang berdampak pada penurunan legitimasi perusahaan (Yuliyanti, 2014). Dalam jangka panjang, perusahaan yang tidak bertanggung jawab dalam menggunakan kekuasaannya dan melakukan aktivitas operasional yang tidak sesuai dengan harapan masyarakat akan cenderung kehilangan legitimasi atau kepercayaan dan dukungan dari masyarakat. Hilangnya legitimasi masyarakat dapat ditunjukkan melalui tindakan seperti berhenti membeli produk yang dihasilkan perusahaan dan desakan dari masyarakat yang menuntut penghentian operasional perusahaan (Solihin, 2021). Tindakan tersebut berdampak pada perusahaan karena akan menurunkan kepercayaan publik terhadap perusahaan, sehingga legitimasi menjadi aspek penting bagi perusahaan untuk mempertahankan keberlanjutannya.

Untuk mempertahankan legitimasi, perusahaan harus memastikan bahwa aktivitas perusahaan selaras dengan nilai dan norma sosial yang berlaku di masyarakat. Cara yang dapat digunakan untuk mempertahankan legitimasi adalah melalui pengungkapan (*disclosure*) *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan perusahaan (Tajeri, 2023). Pengungkapan CSR oleh perusahaan menjadi upaya untuk melegitimasi aktivitas perusahaan yang menunjukkan bahwa perusahaan peduli dan bertanggung jawab terhadap isu-isu sosial dan lingkungan

sesuai dengan harapan masyarakat (Putra & Kurniaty, 2024). Melalui pengungkapan CSR, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan memperkuat legitimasi perusahaan sebagai bisnis yang bertanggung jawab. Pengungkapan CSR diharapkan dapat membantu perusahaan menjaga reputasi, memenuhi harapan pemangku kepentingan, dan memastikan keberlanjutan operasional perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) hadir sebagai wujud komitmen yang dilakukan perusahaan untuk memberikan kontribusi dalam keberlanjutan ekonomi dengan memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Ide CSR berawal dari kedermawanan Carnegie dan Ford yang menyumbangkan harta kepada organisasi dan masyarakat umum (Luthan, 2010). Di masa awal perkembangannya, praktik CSR yang sering dilakukan adalah memberikan sumbangan kepada organisasi lokal dan masyarakat miskin di sekitar wilayah operasional perusahaan (Suharto, 2010). Pada tahap awal kemunculannya, CSR cenderung hanya bertujuan untuk menunjukkan citra baik kepada lingkungan masyarakat tanpa adanya dampak yang berkelanjutan. Seiring berkembangnya waktu, banyak organisasi atau perusahaan yang melakukan CSR sebagai bentuk komitmen dan tanggung jawab terhadap lingkungan, serta sebagai strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan. Dengan adanya ide CSR, perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab kondisi keuangan atau konsep *Single Bottom Line*, tetapi juga tanggung jawab perusahaan harus berpondasi pada konsep *Triple Bottom Line* yang memperhatikan lingkungan serta keadaan sosial.

Konsep *Triple Bottom Line* diperkenalkan oleh Elkington pada tahun 1997 mengemas CSR dalam tiga aspek atau dikenal dengan *Triple Bottom Line* yaitu *Profit*, *People*, dan *Planet* (3P) (Suharto, 2010). Konsep tersebut menjelaskan bahwa perusahaan harus memperhatikan 3P agar tetap bertahan, selain mengejar keuntungan (*Profit*), perusahaan juga diharapkan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat (*People*), dan memperhatikan dampak kegiatan bisnis yang dilakukan untuk menjaga kelestarian lingkungan (*Planet*) (Hadi, 2011).

Perusahaan mengungkap informasi keberlanjutan dan pelaksanaan CSR dalam laporan keberlanjutan dan laporan tahunan yang dipublikasikan oleh

perusahaan. Laporan keberlanjutan atau *sustainability report* berisi tentang kinerja perusahaan yang berkaitan dengan aspek ekonomi, lingkungan, hak asasi manusia, kebijakan ketenagakerjaan dan kelayakan kerja, sosial, serta tanggung jawab terhadap kegiatan perusahaan (Ariadi & Sundari, 2024). Menurut *survey of Sustainability Reporting* yang dikembangkan oleh KPMG Internasional pada tahun 2024 menunjukkan bahwa pengungkapan CSR telah menjadi bagian dari bisnis bagi 250 perusahaan terbesar (G250) di dunia dan perusahaan teratas di beberapa negara (N100). Tercatat sebanyak 96% dari 250 perusahaan terbesar di dunia (G250) telah mengungkapkan CSR. Wilayah yang memiliki pelaporan CSR tertinggi pada tahun 2024 adalah perusahaan di kawasan Amerika Utara (97%), kemudian kawasan Asia Pasifik (92%), Eropa (81%), Amerika Latin (69%), Afrika (61%), dan Timur Tengah sebagai wilayah dengan pelaporan CSR terendah (57%). Wilayah Asia Pasifik mengalami peningkatan dari 89% di tahun 2022 menjadi 92% di tahun 2024 (KPMG, 2024). Dari survey tersebut, terlihat peningkatan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan yang ditandai dengan meningkatnya jumlah perusahaan yang mengungkapkan CSR.

Pada umumnya, perusahaan menggunakan konsep yang dikembangkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) sebagai acuan dalam penyusunan pelaporan CSR (Putra & Kurniaty, 2024). GRI menjadi standar yang telah diimplementasikan pada banyak negara dan paling populer di semua kawasan, serta menjadi salah satu kerangka kerja yang paling banyak diadopsi di wilayah Asia Pasifik dengan tingkat pelaporan CSR menggunakan kerangka GRI sebesar 81% oleh perusahaan pada tahun 2023 (PwC, 2024). GRI dibentuk pada tahun 1997 untuk menyusun standar baku global dalam menyusun *sustainability report* (Luthan, 2010). Versi terbaru pelaporan dari GRI saat ini adalah *GRI Standards 2021* yang terdiri dari 117 poin pengungkapan. Meskipun terjadi peningkatan komitmen terhadap keberlanjutan, perusahaan di berbagai wilayah perlu meningkatkan kualitas dan kuantitas pelaporan CSR di tahun-tahun berikutnya. Hal tersebut penting untuk diperhatikan perusahaan karena aktivitas bisnis yang dilakukan dapat menimbulkan dampak negatif bagi lingkungan, sehingga perusahaan akan berusaha untuk mengurangi dampak tersebut melalui aksi keberlanjutan (Ramadhani et al., 2021).

Amelia, 2025

DETERMINAN YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN SEKTOR ENERGI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2022-2024)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Pelaksanaan CSR di Indonesia sifatnya wajib dan telah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 ayat (1) yang menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan segala sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Soeprajitno et al., 2023). Selanjutnya, ayat (3) dari undang-undang tersebut menyatakan bahwa Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana pasal 1 dikenakan sanksi sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. Kewajiban menyusun laporan keberlanjutan (*Sustainability Report*) juga diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 51/POJK.03/2017 pasal 10 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik. Laporan Keberlanjutan dapat dibuat oleh LJK, Emiten, dan Perusahaan Publik secara terpisah dari laporan tahunan atau sebagai bagian yang tidak terpisah dari laporan tahunan. Meskipun pengungkapan CSR telah diatur oleh regulasi tersebut, amun, CSR masih dipandang sebagai beban oleh para pelaku usaha karena implementasi dan pengelolaanya dianggap memerlukan alokasi sumber daya perusahaan, bukan sebagai investasi menjanjikan yang akan memberikan keuntungan ekonomi dalam jangka panjang (Lako, 2011).

Di Indonesia, istilah CSR juga dikenal dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL). Belum ada standar khusus yang diatur oleh pemerintah dan Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) dalam mengungkapkan CSR. Namun, perusahaan dapat menggunakan *Sustainability Reporting Guidelines* (SRG) yang dikembangkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) (Lako, 2011). Pedoman pelaporan yang dikembangkan oleh GRI dapat digunakan untuk menganalisis dan menilai tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Pengungkapan CSR menjadi bentuk perwujudan dari penerapan CSR oleh suatu perusahaan kepada publik dengan menggunakan laporan tahunan sebagai sarana untuk mengkomunikasikannya (Rachman & Nopiyanti, 2015). Untuk menunjukkan seberapa baik perusahaan dalam melakukan tanggung jawab sosialnya dapat diukur dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) menggunakan analisis konten dari laporan keberlanjutan mandiri dan laporan tahunan atau dalam

laporan yang terintegrasi yang menggabungkan kedua laporan tersebut (Zamir et al., 2022). Analisis konten dilakukan berdasarkan indeks yang dikeluarkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI). CSRD menggambarkan rata-rata pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan, di mana semakin tinggi nilai CSRD berarti semakin banyak pengungkapan yang dilakukan.

Berikut ini data nilai pengungkapan CSR pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada semua sektor tahun 2023 dengan menggunakan pedoman GRI *Standards* 2021 yang terdiri dari 117 poin pengungkapan.

**Tabel 1.1 Persentase Pengungkapan CSR Berdasarkan
Sektor Industri Tahun 2023**

No	Sektor Industri	Persentase Pengungkapan CSR (CSRD) Tahun 2023
1	Basic Materials	64,32%
2	Consumer Cyclical	63,05%
3	Consumer Non-Cyclical	64,71%
4	Energy	62,35%
5	Financials	63,98%
6	Healthcare	68,44%
7	Industrials	63,64%
8	Infrastructures	66,32%
9	Properties & Real Estate	63,08%
10	Technology	65,53%
11	Transportation & Logistic	64,96%
Rata-Rata		64,58%

Sumber: Laporan Tahunan dan Laporan Keberlanjutan Perusahaan Tahun 2023 (Lampiran 1.4.1)

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan CSR berbeda-beda antar sektor industri BEI. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan dalam membandingkan tingkat pengungkapan CSR antar

industri, data pada tabel 1.1 akan disajikan dalam bentuk diagram batang berikut ini.



Sumber: Laporan Tahunan dan Laporan Keberlanjutan Perusahaan Tahun 2023 (Lampiran 1.4.1)

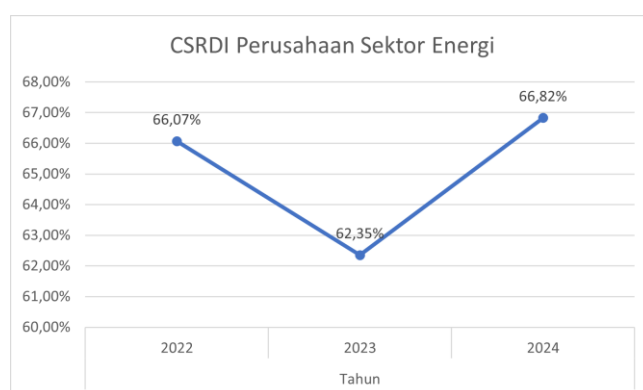
Gambar 1.1 Persentase *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2023

Gambar 1.1 menampilkan persentase tingkat *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) dari perusahaan-perusahaan yang dikelompokkan berdasarkan sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2023. Secara keseluruhan, rata-rata tingkat pengungkapan CSR yang ditunjukkan oleh nilai CSRDI dari seluruh sektor yang tercatat dalam BEI pada tahun 2023 adalah sebesar 64,58%. Nilai ini tidak hanya mencerminkan gambaran umum praktik pengungkapan CSR di Indonesia, tetapi juga berfungsi sebagai standar acuan atau *benchmark* untuk menganalisis apakah pengungkapan CSR suatu sektor atau perusahaan lebih tinggi atau lebih rendah dari rata-rata pasar yaitu 64,58%. Terdapat perbedaan tingkat pengungkapan antara satu sektor dengan sektor lainnya yang mencerminkan perbedaan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan. Menurut Indraswari & Astika (2015), pengungkapan CSR yang mencakup informasi di bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam laporan tahunan dapat menunjukkan tingkat transparansi (keterbukaan) perusahaan kepada investor dan pemangku kepentingan.

Dari gambar 1.1 didapatkan informasi bahwa sektor kesehatan (*healthcare*) memiliki nilai pengungkapan CSRDI tertinggi yaitu sebesar 68,44%. Nilai tersebut

menunjukkan bahwa perusahaan di sektor kesehatan rata-rata mengungkapkan informasi terkait CSR paling banyak di antara sektor lain yang mencerminkan tingginya transparansi atau keterbukaan perusahaan dalam mengelola dampak yang ditimbulkan atas operasi bisnis. Kemudian posisi berikutnya adalah sektor *Infrastructures* dengan skor 66,32% dan sektor *Technology* sebesar 65,53%. Selanjutnya, sektor *Transportation & Logistic* menunjukkan skor 64,96% dan sektor *Consumer Non-Cyclicals* sebesar 64,71%. Sedangkan, enam sektor lainnya memiliki tingkat CSRD di bawah rata-rata ideal sebesar 64,58%. Enam sektor tersebut adalah Sektor *Basic Materials* dengan skor sebesar 64,32%, sektor *Financials* sebesar 63,98%, sektor *Industrials* sebesar 63,64%, sektor *Properties & Real Estate* sebesar 63,08%, sektor *Consumer Cyclicals* sebesar 63,05%, dan sektor *Energy* menjadi yang terendah dengan skor CSRD hanya sebesar 62,35%.

Berdasarkan data pada gambar 1.1, sektor energi menjadi sektor dengan skor pengungkapan CSR (CSRD) paling rendah diantara 11 sektor yang terdaftar di BEI pada tahun 2023 dengan skor sebesar 62,35%. Angka tersebut juga masih berada di bawah rata-rata idealnya, yaitu 64,58% yang menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan CSR pada sektor energi memiliki rata-rata paling rendah dibandingkan sektor lain dalam mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial atau CSR yang mencerminkan kurangnya transparansi atau keterbukaan perusahaan. Pengungkapan CSR yang diukur dengan CSRD pada sektor energi yang terdaftar di BEI disajikan dalam gambar berikut.



Sumber: Laporan Tahunan dan Keberlanjutan Perusahaan (Lampiran 1.4.2)

Gambar 1. 2 Perkembangan Rata-Rata CSRD pada Sektor Energi di BEI Tahun 2022-2024

Amelia, 2025

DETERMINAN YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN SEKTOR ENERGI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2022-2024)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Gambar 1.2 menunjukkan tingkat pengungkapan CSR (CSRDI) pada sektor energi selama rentang tiga tahun terakhir, yaitu dari tahun 2022 sampai dengan tahun 2024. Berdasarkan gambar 2.1 tersebut, dapat dilihat bahwa grafik CSRDI pada sektor energi menunjukkan nilai yang fluktuatif. Terlihat bahwa CSRDI yang tercatat pada tahun 2022 sebesar 66,07% dan mengalami penurunan di tahun 2023 menjadi 62,35%. Kemudian, nilai CSRDI mulai membaik pada tahun 2024 menjadi 66,82%. Pola fluktuasi yang terjadi selama tiga tahun terakhir menjelaskan bahwa pengungkapan CSR pada sektor energi belum dilaksanakan secara konsisten dan belum sepenuhnya mengarah pada keberlanjutan. Padahal, perusahaan seharusnya mengungkapkan CSR secara tepat, sungguh-sungguh, dan konsisten karena CSR merupakan suatu kewajiban yang melekat pada perusahaan selama menjalankan praktik bisnis (Lako, 2011). Perusahaan yang melaksanakan CSR dengan konsisten akan memberikan keuntungan bagi perusahaan yaitu sebagai bentuk investasi yang menjadi sumber keunggulan kompetitif jangka panjang bagi perusahaan dan meningkatnya akuntabilitas, transparansi, serta pandangan positif dari para publik. Fluktuasi yang terjadi menunjukkan bahwa perusahaan belum sepenuhnya menyadari tentang manfaat jangka panjang yang didapatkan dari pengungkapan CSR.

Rendahnya pengungkapan CSR sektor energi di antara sektor lainnya dan pengungkapan CSR yang fluktuatif pada perusahaan sektor energi dapat mengancam legitimasi perusahaan di mata publik. Jika hal ini terus terjadi, perusahaan akan kesulitan untuk mempertahankan kepercayaan dan reputasi yang telah didapatkan sebelumnya. Menurut Hadi (2011), perusahaan melakukan pengungkapan CSR sebagai bentuk akuntabilitas dan transparansi (keterbukaan) atas berbagai dampak yang dihasilkan dari operasional perusahaan. Tingkat pengungkapan CSR yang rendah mencerminkan kurangnya akuntabilitas dan transparansi, yang dapat menimbulkan persepsi negatif tentang komitmen keberlanjutan perusahaan. Jika perusahaan tidak mampu untuk memperbaiki citra dan memenuhi harapan masyarakat, maka akan menghambat perolehan dukungan dari berbagai pihak yang berperan dalam keberlangsungan usaha. Berbagai dampak akan diterima oleh perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan CSR, seperti

teguran yang berasal dari pemerintah dan masyarakat, penolakan yang dilakukan oleh masyarakat, hingga aksi pemblokiran pabrik yang dapat menghambat proses produksi dan mengganggu keuntungan perusahaan. Akibat yang paling fatal adalah pemerintah dapat menutup atau mencabut izin usaha karena perusahaan dinilai tidak memperhatikan aspek sosial dan lingkungan (Kholifah, 2022).

Dalam menjalankan operasinya, perusahaan memanfaatkan sumber daya untuk memperoleh keuntungan, di mana pemanfaatan tersebut dapat menimbulkan permasalahan sosial dan lingkungan. Sedangkan, pihak yang menanggung akibat negatif dari operasi yang dilakukan perusahaan adalah masyarakat. Untuk itu, perusahaan harus melakukan pengungkapan CSR agar masyarakat dapat menilai seberapa besar tanggung jawab perusahaan atas dampak dari operasi yang dilakukan (Hadi, 2011). CSR akan membentuk perusahaan yang peduli terhadap keberlangsungan bersama. Investasi perusahaan dalam kegiatan CSR akan memperkuat legitimasi perusahaan dan mengurangi potensi keluhan dari para *stakeholder*. Masyarakat juga dapat menuntut perusahaan apabila dampak negatif dari operasi bisnis mencemari lingkungan. Sehingga, perusahaan yang baik adalah perusahaan yang tidak merugikan lingkungan dan masyarakat.

B. Identifikasi Masalah Penelitian

Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi salah satu aspek yang diperhatikan dalam bisnis. Masyarakat semakin menyadari tentang pentingnya kepedulian perusahaan terhadap manajemen lingkungan atas dampak yang dihasilkan dari aktivitas bisnis. Dengan demikian, perusahaan harus memberikan perhatian pada CSR karena hal tersebut dapat menunjukkan sejauh mana kesadaran perusahaan terhadap kesejahteraan lingkungan sekitarnya. CSR dapat meningkatkan kepercayaan publik karena memberikan manfaat baru dan beragam bagi organisasi dan masyarakat, sehingga perusahaan akan mendapatkan citra positif dari *stakeholders* dan mendapatkan promosi merek yang membantu perusahaan untuk membentuk perbedaan dari pesaing lainnya di dunia bisnis (Das & Pandey, 2022). Berkaitan dengan hal tersebut, teori legitimasi (*legitimacy theory*)

hadir untuk menjelaskan pentingnya keselarasan nilai antara perusahaan dan masyarakat. Pengungkapan CSR dianggap sebagai sarana bagi perusahaan untuk mewujudkan keselarasan nilai tersebut.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Menurut Yadiati & Mubarak (2017), karakteristik perusahaan seperti ukuran perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, dan *leverage* menjadi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR di suatu perusahaan. Perusahaan akan berkomitmen untuk menyajikan informasi yang positif mengenai organisasi dan kinerja perusahaan kepada para pemangku kepentingan. Selanjutnya, Putra & Kurniaty (2024) berpendapat bahwa pengungkapan CSR suatu perusahaan dapat dipengaruhi oleh karakteristik yang dimiliki perusahaan, yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*. Hasil penelitian dari Ali et al. (2022) menyatakan bahwa karakter spesifik tata kelola perusahaan dan kinerja, seperti ukuran dewan komisaris dan profitabilitas menjadi faktor penentu pengungkapan CSR. Berdasarkan penelitian sebelumnya, karakteristik perusahaan yang paling banyak digunakan untuk mengkaji pengungkapan *corporate social responsibility* adalah profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan salah satu rasio indikator yang menunjukkan seberapa efektif perusahaan memanfaatkan aset atau modalnya untuk menghasilkan keuntungan (Abd'rachim, 2021). Dari pandangan teori legitimasi, bisnis yang mendapatkan keuntungan akan mencoba untuk memenuhi harapan masyarakat dan membentuk diri mereka sebagai bisnis yang bertanggung jawab secara sosial di masyarakat. Menurut Meek et al. (1995), menjelaskan bahwa profitabilitas merupakan faktor penting yang membuat manajemen memiliki kebebasan dan fleksibilitas dalam mengungkapkan CSR kepada pemegang saham. Yang artinya, perusahaan dengan profitabilitas tinggi akan melakukan pengungkapan CSR yang lebih besar (Wati, 2019). Pendapat serupa juga dinyatakan oleh Putra & Kurniaty (2024), bahwa tingkat profitabilitas menunjukkan seberapa

baik pengelolaan manajemen perusahaan, oleh karena itu semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan, maka pengungkapan CSR akan semakin luas.

Pandangan tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dipengaruhi oleh profitabilitas dengan arah yang positif karena perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi menggambarkan kinerja manajemen yang baik dan sumber daya yang bertambah, hal tersebut membuat perusahaan mendapatkan banyak sorotan publik dan mendorong perusahaan untuk meningkatkan pengungkapan CSR (Ahmed et al., 2022; Ali et al., 2022; Totanan et al., 2022; Zulhaimi & Nuraprianti, 2019; Ikhsan et al., 2021). Namun, hasil penelitian Almeida et al. (2022) dan Gustari et al. (2024) menunjukkan profitabilitas memiliki pengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR dikarenakan terdapat regulasi atau budaya perusahaan yang berfokus pada CSR tanpa memandang kinerja keuangan, sehingga perusahaan dengan profitabilitas rendah akan terdorong untuk mengungkapkan CSR. Meskipun banyak penelitian yang menyatakan terdapat hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan CSR, penelitian yang dilakukan oleh Sulaeman et al. (2022), dan Suprasto & Haryanti (2019) menunjukkan hasil yang berbeda bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR karena CSR dianggap sebagai kegiatan untuk memenuhi ketentuan Undang-Undang dan regulasi yang berlaku, serta skor pengungkapan tidak menunjukkan besarnya biaya, sehingga tidak berkaitan dengan tingkat profitabilitas.

Faktor kedua yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah *leverage*. Rasio *leverage* merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban liabilitasnya (Ermaini et al., 2021). Secara umum, *leverage* suatu perusahaan dikatakan ideal jika memiliki *leverage* kurang dari 0,5 atau 50% yang menunjukkan bahwa sebagian besar modal pemilik dapat digunakan sebagai jaminan utang dan mengurangi risiko kreditur ketika perusahaan gagal dalam mengelola keuangannya (Hery, 2021). Semakin kecil nilai rasio *leverage*, maka semakin baik kondisi keuangan perusahaan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki proporsi kewajiban yang lebih kecil dibandingkan dengan modal atau asetnya. Menurut Putra & Kurniaty (2024), perusahaan dengan

tingkat leverage yang tinggi memiliki kemungkinan untuk melanggar perjanjian utang, sehingga perusahaan cenderung ingin melaporkan laba yang tinggi untuk mengatasi risiko tersebut. Hal ini berdampak kepada pengurangan pengungkapan informasi CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan dengan *leverage* tinggi akan berfokus untuk memenuhi perjanjian utang agar mendapatkan penilaian yang baik dari kreditur dibandingkan melakukan pengungkapan CSR (Iqbal, 2023). Pendapat serupa juga dinyatakan oleh Hery (2017), bahwa tingkat *leverage* yang tinggi akan cenderung melakukan lebih sedikit pengungkapan CSR, dan sebaliknya, perusahaan dengan *leverage* yang rendah akan lebih leluasa dalam mengungkapkan informasi terkait CSR.

Sejalan dengan pandangan tersebut, hasil penelitian yang dilakukan oleh Sulaeman et al. (2022), Chi et al. (2020), Alkayed & Omar (2023), dan Chakroun et al. (2017) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR karena perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan CSR sebagai upaya untuk menghindari perhatian berlebih dari para pemberi pinjaman (kreditur). Akan tetapi, hasil yang bertolak belakang ditunjukkan pada penelitian Ahmed et al. (2022) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan CSR karena perusahaan dengan *leverage* yang tinggi akan meningkatkan pengungkapan CSR sebagai upaya untuk meyakinkan kreditur dan investor bahwa perusahaan tetap berkomitmen pada tanggung jawab sosial. Hasil penelitian lain menyebutkan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR karena hubungan baik dan kepercayaan yang terjalin antara perusahaan dan kreditur menimbulkan toleransi terhadap tingkat *leverage*, sehingga tekanan untuk mengungkapkan CSR menjadi rendah dan tidak berpengaruh (Totanan et al., 2022; Barlinti & Aris, 2023).

Variabel ketiga pada penelitian ini adalah ukuran perusahaan. Menurut Oktavia et al. (2021), ukuran perusahaan adalah skala ukuran perusahaan yang digunakan untuk mengkategorikan perusahaan berdasarkan ukuran, dari yang kecil hingga perusahaan besar. Gambaran ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan berbagai metode, seperti total aset, total penjualan, dan nilai pasar saham. Semakin besar suatu perusahaan akan cenderung mengungkapkan lebih

banyak informasi tentang CSR sebagai upaya untuk menunjukkan bahwa tindakan mereka sah dan sesuai dengan standar perusahaan yang baik (Wati, 2019). Perusahaan besar memiliki aktivitas operasi dan pengaruh yang besar kepada masyarakat yang membuat perusahaan tidak lepas dari tekanan sosial, sehingga pengungkapan CSR akan semakin luas karena publik akan memberi perhatian pada program sosial yang dilakukan oleh perusahaan (Putra & Kurniaty, 2024). Pendapat serupa dinyatakan oleh Hery (2017), bahwa publik cenderung tertarik dan memperhatikan perusahaan dengan ukuran yang besar, oleh karena itu, perusahaan besar akan melakukan pengungkapan CSR lebih luas untuk memenuhi harapan dari publik.

Pandangan tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Almeida et al. (2022), Chi et al. (2020), Alkayed & Omar (2023), Totanan et al. (2022), Sulaeman et al. (2022), Santo & Rahayuningsih (2022), Suprasto & Haryanti (2019), Barlinti & Aris (2023), dan Gustari et al. (2024) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR karena perusahaan yang besar akan mendapatkan lebih banyak sorotan dan tekanan dari publik, sehingga akan meningkatkan pengungkapan CSR. Selain itu, perusahaan besar memiliki sumber daya dan aset yang lebih besar untuk mengungkapkan CSR. Akan tetapi, penelitian Ahmed et al. (2022), Chakroun et al. (2017), dan Zulhaimi & Nuraprianti (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR karena regulasi mewajibkan seluruh perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR. Selain itu, perusahaan yang besar tidak selalu menanggapi tekanan sosial secara aktif.

Variabel keempat dalam penelitian ini adalah ukuran dewan komisaris. Dewan komisaris memiliki peran sebagai pengawas eksternal untuk memantau implementasi kebijakan yang sudah dibuat dan memastikan bahwa pihak manajemen telah menjalankan fungsi pengawasan internal dengan efektif (Al Khawarizmi & Amani, 2024). Menurut Rusdiyanto et al. (2019), dewan komisaris menjadi organ perusahaan yang mewakili para pemegang saham untuk mengawasi pelaksanaan kebijakan dan strategi perusahaan, serta memperkuat citra perusahaan di mata masyarakat dan pemegang saham, seperti melakukan pengungkapan CSR.

Amelia, 2025

DETERMINAN YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN SEKTOR ENERGI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2022-2024)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dewan komisaris juga memiliki kewajiban untuk mengawasi implementasi pengungkapan CSR kepada para pemangku kepentingan, di mana dewan komisaris yang besar akan mendorong perusahaan untuk memperluas pengungkapan CSR (Solihin, 2021). Pengungkapan CSR dilaksanakan oleh direksi setelah mendapatkan persetujuan dari dewan komisaris sesuai dengan anggaran dasar perseroan (Tajeri, 2023). Dengan demikian, semakin besar ukuran dewan komisaris dapat meningkatkan pengungkapan CSR karena pengungkapan CSR merupakan hasil dari kebijakan strategi yang dibuat perusahaan dengan melibatkan seluruh manajemen dan dewan komisaris, serta pengungkapan CSR akan lebih optimal pada perusahaan yang mendapatkan dukungan penuh dari dewan komisaris (Prasetyono, 2023).

Pandangan tersebut serupa dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Alkayed & Omar (2023), Ahmed et al. (2022), Ali et al. (2022), dan Zaid et al. (2019) yang menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Ukuran dewan komisaris yang lebih besar akan berdampak pada pengawasan yang semakin kuat dan efektif untuk memaksimalkan akuntabilitas dan transparansi perusahaan, sehingga akan mendorong perusahaan untuk meningkatkan pengungkapan CSR. Selain itu, terdapat juga hasil penelitian yang menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR karena pengawasan yang efektif oleh dewan komisaris tidak ditentukan oleh jumlah anggota dewan komisaris, tetapi akan lebih efektif jika bergantung pada nilai dan kualitas individu, sehingga jumlah dewan yang terlalu besar akan mengganggu proses pengawasan pada manajemen untuk mengungkapkan CSR (Zulhaimi & Nuraprianti, 2019). Hasil yang berbeda juga didapatkan dari penelitian yang dilakukan Santo & Rahayuningsih (2022) dan Suprasto & Haryanti (2019), yang menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR karena pembentukan dewan komisaris oleh perusahaan hanya untuk memenuhi regulasi hukum dan tidak menunjukkan komitmen terhadap CSR, terutama dewan komisaris yang prioritas utamanya lebih mengarah pada kepentingan saham.

Berdasarkan penjelasan hasil penelitian di atas, ditemukan adanya perbedaan atau kesenjangan hasil terkait pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, sehingga mengindikasikan terjadinya *research gap*. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan melibatkan profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebagai objek penelitian. Pemilihan faktor tersebut diyakini dapat mempengaruhi pelaksanaan pengungkapan *corporate social responsibility* pada suatu perusahaan.

Berlandaskan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan menunjukkan adanya kesenjangan antara teori dan praktik (atau antara yang seharusnya dan yang terjadi) terkait pengungkapan *corporate social responsibility* pada sektor energi yang terdaftar di BEI (*gap empiris*) dan juga adanya perbedaan hasil penelitian-penelitian sebelumnya (*research gap*), maka penelitian ini akan dilakukan dengan judul **“Determinan yang mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2022-2024).”**

C. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang dipaparkan di atas, maka dapat disusun rumusan masalah yang menjadi kajian dalam penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimana gambaran profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI.
2. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI.
3. Bagaimana pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI.

4. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI.
5. Bagaimana pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI.

D. Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis determinan yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor Energi yang terdaftar di BEI berdasarkan profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab masalah yang telah dirumuskan di awal, sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui gambaran profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI.
3. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI.
4. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI.
5. Untuk mengetahui pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI.

E. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak, baik dalam ranah pengembangan keilmuan (teoretis) maupun penerapan di lapangan (praktis).

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dengan memperluas pemahaman tentang teori dan konsep profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengangkat topik *Corporate Social Responsibility* (CSR).

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan/Manajemen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tolak ukur perusahaan/manajemen dalam merumuskan maupun mengambil keputusan yang berkaitan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang disajikan dalam laporan perusahaan dan alokasi sumber daya untuk kegiatan CSR serta menjadi bahan masukan kepada perusahaan tentang pentingnya bertanggung jawab atas dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan dari operasional perusahaan.

b. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan investor dalam mengambil keputusan investasi yang berorientasi pada keberlanjutan melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) serta memberikan pemahaman kepada investor untuk menilai kinerja dan potensi perusahaan yang berkaitan dengan profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan ukuran dewan komisaris, sehingga investor dapat mengambil keputusan investasi pada suatu perusahaan yang sejalan dengan nilai keberlanjutan.

c. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah untuk merancang kebijakan dan regulasi yang efektif untuk membuat perusahaan lebih peduli terhadap dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan serta dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk mengembangkan standar pelaporan CSR di Indonesia.