

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan instrumen strategis bagi perusahaan untuk menunjukkan akuntabilitasnya. Dalam konteks ini, akuntabilitas merujuk pada tanggung jawab organisasi atas dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitasnya, sebagaimana digariskan dalam panduan ISO 26000. Praktik pengungkapan ini menuntut adanya transparansi dan perilaku etis yang sejalan dengan prinsip pembangunan berkelanjutan. Sebagaimana dikemukakan oleh Kartini et al., (2019) laporan tahunan menjadi wahana utama bagi perusahaan untuk mempublikasikan informasi CSR tersebut. Dengan demikian, pengungkapan CSR tidak hanya merefleksikan informasi sosial perusahaan, tetapi juga menjadi sarana untuk mengelola hubungan dengan pemangku kepentingan guna meningkatkan legitimasi organisasi.

Seperti yang sudah diketahui, dalam mencari keuntungan, perusahaan dapat merugikan orang lain, baik disengaja maupun tidak. Hal ini merupakan mekanisme alamiah CSR, karena CSR merupakan hasil dampak keputusan dan aktivitas suatu perusahaan. Oleh karena itu, kewajiban perusahaan adalah memperbaiki situasi masyarakat yang terkena dampak. Tujuan CSR adalah untuk memungkinkan suatu perusahaan memenuhi tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat yang ditanggungnya dalam jangka waktu tertentu (Rivandi et al., 2021).

Sektor energi di Indonesia (terutama fosil) seringkali menjadi sorotan karena dampak lingkungan dan sosialnya (emisi karbon, penggunaan lahan, dampak terhadap masyarakat sekitar). Selama periode 2021-2023, isu perubahan iklim dan transisi energi menjadi semakin krusial secara global dan nasional. Hal ini meningkatkan tekanan bagi perusahaan energi untuk lebih transparan dalam mengungkapkan praktik CSR mereka sebagai bentuk pertanggungjawaban.

Meskipun menjadi motor penggerak ekonomi global selama lebih dari seratus tahun, ketergantungan pada energi fosil telah membawa konsekuensi lingkungan yang serius, khususnya terkait perubahan iklim. Emisi gas rumah kaca dari

pembakaran sumber energi ini telah mengakibatkan pemanasan global, pola cuaca yang tak menentu, mencairnya lapisan es di kutub, dan peningkatan muka air laut. Dampak ini tidak hanya membahayakan alam, tetapi juga mengancam kesejahteraan manusia, mulai dari kesehatan, ketahanan pangan, hingga stabilitas ekonomi (Tjiwidjaja & Salima, 2023).

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan topik yang sedang berkembang di dunia perusahaan multinasional. Wacana ini dimanfaatkan oleh kalangan bisnis untuk berperan dalam mengarahkan perekonomian menuju pasar bebas. Berkembangnya pasar bebas dan terbentuknya keterkaitan ekonomi global dengan terbentuknya AFTA, APEC, dan lain sebagainya, telah mendorong perusahaan-perusahaan di seluruh dunia untuk saling bahu-membahu meningkatkan kesejahteraan rakyatnya yang memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar. Perusahaan yang peduli sosial dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial (kegiatan CSR) sebagai salah satu keunggulan kompetitifnya (Sulbahri, 2021).

Praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara signifikan memengaruhi pembentukan persepsi dan asosiasi kognitif konsumen terhadap suatu merek. Melalui keterlibatan dalam kegiatan CSR, perusahaan dapat membangun persepsi positif, meningkatkan kesadaran merek, dan memperkuat hubungan emosional dengan konsumennya. Lebih lanjut, inisiatif CSR juga berfungsi sebagai sinyal kualitas dan integritas. Konsumen cenderung membuat inferensi bahwa merek yang menunjukkan komitmen sosial juga menerapkan standar yang tinggi dalam kualitas produk dan layanannya, yang didasari oleh persepsi atas integritas perusahaan secara keseluruhan (Khawari & Edastama, 2025).

Terdapat beragam kerangka acuan (*frameworks*) yang dapat digunakan sebagai dasar untuk mengukur dan melaporkan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pada level internasional, standar yang paling diadopsi secara luas adalah Standar GRI, yang merupakan produk dari Global Reporting Initiatives (GRI) yang berbasis di Belanda, serta panduan ISO 26000 yang juga diakui secara global. Sementara itu, dalam konteks nasional Indonesia, terdapat instrumen spesifik yaitu Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER), yang juga menjadi salah satu pedoman penting dalam pelaporan

tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan (Vanessa & Meiden, 2020).

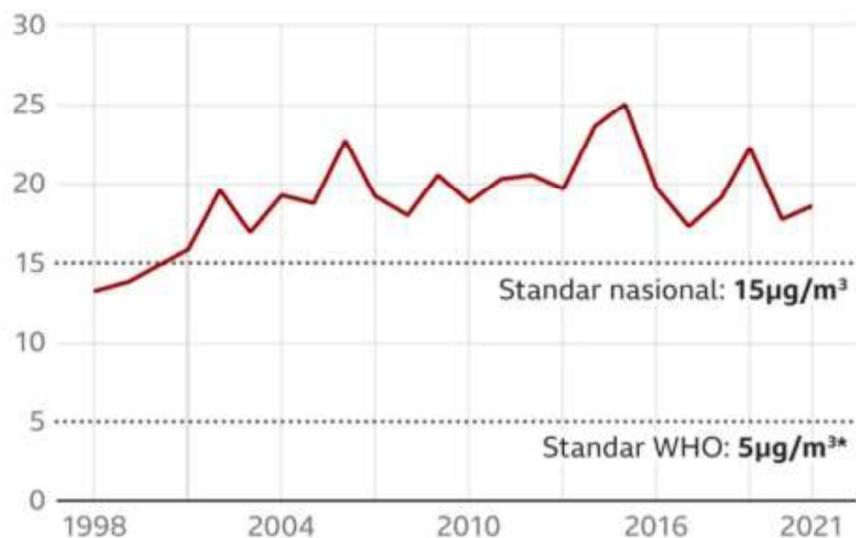
Penerapan praktik keuangan berkelanjutan di Indonesia ditandai oleh sebuah tonggak regulasi penting, yaitu penerbitan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 51/POJK.03/2017. Regulasi ini secara formal menjadi landasan hukum pertama yang memandatkan Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik untuk menyusun Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*). Penerbitan POJK ini merupakan langkah strategis OJK untuk mendorong integrasi prinsip keberlanjutan dalam dunia usaha, sekaligus menyelaraskan praktik bisnis nasional dengan komitmen global seperti Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) dan *Paris Agreement*. Lebih lanjut, peraturan ini merupakan komponen fundamental dari Peta Jalan Keuangan Berkelanjutan yang dirilis oleh OJK (OJK, 2021) (Kansa et al., 2025).

Regulasi OJK mengenai pengungkapan CSR di Indonesia memiliki tujuan utama untuk mendorong transparansi dan akuntabilitas praktik bisnis yang berkelanjutan. Melalui POJK 51/POJK.03/2017, entitas yang diawasi diwajibkan untuk mengintegrasikan prinsip keberlanjutan ke dalam operasional dan strategi mereka, serta mendokumentasikan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan secara sistematis. Untuk memastikan keseragaman dan kedalaman laporan, OJK kemudian menerbitkan SEOJK No. 16/SEOJK.04/2021 sebagai petunjuk pelaksanaan, Pedoman teknis dalam SEOJK tersebut merinci spektrum informasi yang harus diungkapkan, mencakup kinerja pada tiga pilar keberlanjutan (ekonomi, lingkungan, dan sosial) serta aspek tata kelola. Di dalamnya termasuk indikator spesifik seperti penggunaan energi, pelibatan masyarakat, hingga inovasi produk yang ramah lingkungan. Lebih lanjut, standar ini juga mendorong pelaporan aspek lanjutan seperti survei kepuasan pelanggan dan adanya verifikasi dari pihak ketiga yang independen. Dengan demikian, kerangka regulasi ini secara efektif menciptakan suatu standar pengungkapan CSR yang jelas, terukur, dan mandatori bagi perusahaan publik di Indonesia (Sarwono & Meiden, 2024).

Di Indonesia, implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki landasan yuridis yang kuat dan bersifat mandatori, bukan lagi sukarela. Kerangka hukum utamanya adalah Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan

Terbatas (UU PT). UU ini mengatur dua aspek penting: pertama, kewajiban pelaporan pelaksanaan CSR bagi semua perseroan yang terintegrasi dalam laporan tahunan (Pasal 66 Ayat 2c). Kedua, kewajiban pelaksanaan CSR secara spesifik bagi entitas yang kegiatan usahanya di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam (Pasal 74 Ayat 1). Kewajiban bagi sektor sumber daya alam ini kemudian dipertegas melalui peraturan pelaksanaannya, yaitu Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012. Selain UU PT, kewajiban CSR juga diamanatkan dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Lebih lanjut, untuk Badan Usaha Milik Negara (BUMN), terdapat regulasi khusus seperti Peraturan Menteri Negara BUMN No. Per-05/MBU/2007 yang mengatur tentang Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).

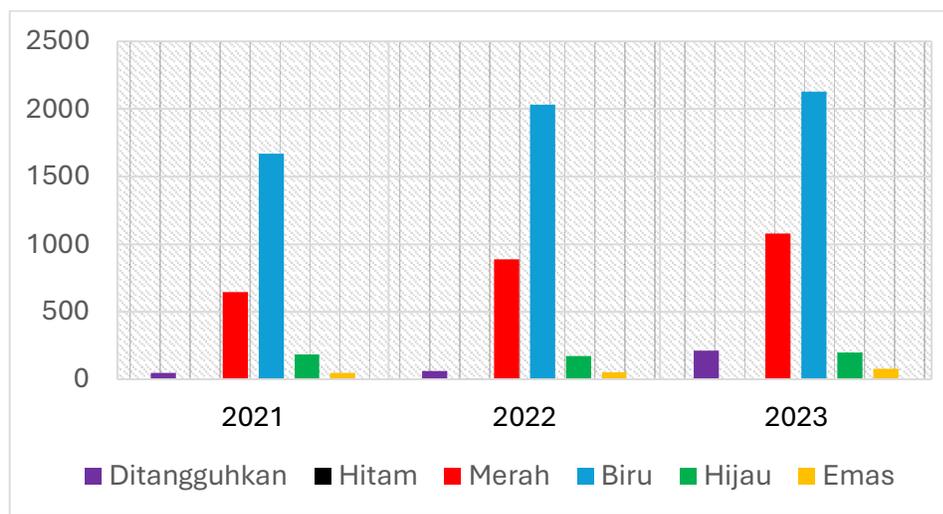
Isu pengembangan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di Indonesia sendiri telah banyak mendapat perhatian, karena banyak perusahaan mulai mengimplementasikan pencapaian manfaat perusahaan, dan untuk meningkatkan citra perusahaan, Pengungkapan Laporan Keberlanjutan tidak lagi disebabkan oleh pengungkapan dari satu P (*Profit*) saja, tetapi berfokus pada tiga P (*Profit, People, Planet*). Konsep *triple bottom line* menjelaskan bahwa perusahaan adalah karyawan dan komunitas di luar perusahaan, yang memungkinkannya tumbuh secara berkelanjutan, tidak hanya meningkatkan penjualan (laba), tetapi juga peduli dengan manusia (*People*) juga bertanggung jawab untuk menjaga bumi (*Planet*) (Pakpahan et al., 2025). Ini menunjukkan bahwa pengungkapan informasi dari perusahaan bukanlah salah satu aspek kinerja. Namun kenyataan menunjukkan bahwa masih terdapat pelanggaran dalam implementasi CSR di Indonesia, seperti kasus korupsi komoditas timah di kawasan PT Timah (Persero) Tbk. (TINS) yang melibatkan Harvey Moeis, pada kasus ini terdapat penyelewengan dana CSR yang merugikan negara sebesar 300 triliun. Berdasarkan kasus ini terbukti bahwa masih terdapat pelanggaran dalam mengimplementasikan kegiatan CSR di Indonesia yang seharusnya tidak terjadi apabila pengungkapan terhadap CSR ini dilakukan dengan baik (Binekasri, 2024).



Gambar 1.1 Konsentrasi Polutan di Indonesia tahun 1998 – 2021

Sumber : Energi Policy institute of Chicago University

Polusi di Jakarta menyentuh peringkat pertama didunia dan salah satu penyumbang terbesarnya adalah industri energi, Industri menyumbang sekitar 32,49,8% dari polusi udara. Pabrik-pabrik dan fasilitas industri lainnya menghasilkan berbagai polutan melalui proses pembakaran dan produksi, Menurut penelitian University of Chicago, polusi udara mengurangi 2,3 tahun harapan hidup rata-rata individu. Di Jakarta, Greenpeace Indonesia memperkirakan 7.390 penduduk meninggal lebih awal dan 2000 bayi lahir dengan berat badan rendah akibat polusi. Kelompok yang paling rentan termasuk anak-anak, lansia, dan individu dengan penyakit komorbid. Polusi menyebabkan infeksi paru dan iritasi pada hidung, mulut, kulit, dan mata. Partikel PM_{2,5} yang sangat kecil dapat masuk ke sirkulasi darah, menyebabkan kerusakan organ dalam, gangguan kesehatan jantung, dan memengaruhi kesehatan janin (one-health, 2024).



Gambar 1.2 Kinerja Lingkungan Perusahaan Menurut KLHK (2021 - 2023)

Sumber : Data Diolah Peneliti dari Buku PROPER <https://www.menlhk.go.id/>

Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) yang diselenggarakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) berfungsi sebagai instrumen evaluasi utama kinerja lingkungan dan implementasi CSR perusahaan di Indonesia. Jangkauan program ini terus meluas, yang terlihat dari peningkatan jumlah perusahaan yang dinilai dari 2.593 pada tahun 2021 menjadi 3.694 pada tahun 2023. Melalui sistem klasifikasi berbasis warna, PROPER memetakan kinerja perusahaan mulai dari tingkat kepatuhan minimum (Biru) hingga kinerja yang melampaui standar (Hijau dan Emas), serta mengidentifikasi perusahaan dengan kinerja buruk (Merah) dan sangat buruk (Hitam), menjadikannya tolok ukur penting bagi akuntabilitas korporat.

Analisis data selama periode 2021-2023 menunjukkan bahwa mayoritas perusahaan berhasil memenuhi standar kepatuhan dasar, dengan jumlah peraih peringkat Biru yang terus meningkat setiap tahunnya. Sejalan dengan itu, jumlah perusahaan yang menunjukkan kinerja unggul juga mengalami pertumbuhan absolut, peraih peringkat Emas bertambah dari 47 menjadi 79 perusahaan, dan peraih peringkat Hijau meningkat dari 186 menjadi 196 perusahaan. Tren positif pada angka absolut ini menandakan adanya kemajuan dalam praktik pengelolaan lingkungan di sebagian kalangan dunia usaha.

Akan tetapi, kemajuan tersebut berjalan paralel dengan fenomena yang mengkhawatirkan terkait tingkat ketidakpatuhan. Data yang sama menunjukkan bahwa persentase perusahaan yang dinilai tidak patuh (peringkat Merah dan Hitam) justru terus membengkak. Proporsi perusahaan dengan kinerja buruk ini secara konsisten naik dari sekitar 24,9% pada tahun 2021, menjadi 27,8% pada tahun 2022, dan mencapai puncaknya di angka 29,2% pada tahun 2023. Tren negatif ini mengisyaratkan bahwa tantangan dalam mewujudkan kepatuhan lingkungan secara menyeluruh di sektor bisnis Indonesia masih sangat signifikan dan cenderung meningkat.

Pengungkapan CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan dipengaruhi oleh beberapa hal seperti proporsi dewan komisaris independen, profitabilitas, dan ukuran perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk Anggota dewan komisaris independen, Komisaris independen merupakan organ internal perusahaan yang secara fundamental dibedakan oleh ketiadaan afiliasinya dengan direksi, sesama anggota dewan, dan pemegang saham pengendali, Independensi ini diperkuat melalui mekanisme pemilihannya yang dilakukan secara langsung oleh seluruh pemegang saham dalam forum Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), Dengan demikian, mereka berfungsi sebagai organ internal perusahaan yang representasinya tidak terikat pada kepentingan kelompok tertentu (Intia & Azizah, 2021). Komisaris independen mengemban mandat untuk memastikan akuntabilitas jajaran manajemen dalam menjalankan tugasnya. Mandat ini terwujud melalui fungsi monitoring terhadap beberapa aspek krusial, di antaranya adalah validitas pelaporan keuangan serta kepatuhan manajemen terhadap standar dan kerangka kerja internal perusahaan yang selaras dengan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG), Mereka juga bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat menghambat mereka untuk bertindak secara mandiri atau semata-mata untuk kepentingan perusahaan. Semakin besar dewan komisaris, maka pengawasan akan semakin mudah dan efektif (Okta & Meiden, 2024).

Mengenai pengungkapan CSR, tekanan pada manajemen untuk mengungkapkan informasi CSR akan lebih besar karena adanya pengawasan langsung dari dewan

direksi (Dewinta et al., 2022). Komisaris independen didefinisikan sebagai anggota dewan yang bebas dari hubungan afiliasi dengan pihak internal perusahaan. Salah satu mandat utama mereka adalah menjalankan fungsi pengawasan (monitoring) terhadap jajaran direksi, khususnya terkait praktik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Novianti & Eriandani, 2022). Pengungkapan CSR berkorelasi erat dengan praktik tata kelola perusahaan, peran utama tata kelola perusahaan adalah menjaga keseimbangan antara tujuan ekonomi dan sosial setiap perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dengan mekanisme tata kelola yang kuat mampu memastikan etika, transparansi, dan memaksimalkan manfaat pemegang saham (J. Tarigan & Antonius, 2023).

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah Profitabilitas. Profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan seberapa sukses suatu perusahaan dalam menghasilkan laba (Ernesto & Pangaribuan, 2021). Yang pertama yaitu faktor profitabilitas, Profitabilitas merepresentasikan kapasitas sebuah perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya secara efisien untuk menghasilkan keuntungan (laba) dalam suatu periode akuntansi. Secara teknis, kapasitas ini diukur melalui rasio yang membandingkan laba yang diperoleh dengan total aset atau modal yang diinvestasikan untuk menghasilkan laba tersebut.

Sebagai indikator kinerja fundamental, pencapaian tingkat profitabilitas yang optimal merupakan tujuan esensial bagi setiap entitas bisnis (Firdausi & Prihandana, 2022). tingkat profitabilitas perusahaan, sebagai indikator kemampuan menghasilkan laba, diprediksi berpengaruh positif terhadap luasnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Logika yang mendasarinya adalah bahwa perusahaan yang lebih sehat secara finansial memiliki kecenderungan lebih besar untuk berinvestasi dalam aktivitas dan pelaporan CSR (Dipasti & Sulistyowati, 2022). Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara tingkat profitabilitas perusahaan dengan luasnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Argumentasi yang mendasari hubungan ini adalah bahwa profitabilitas yang tinggi, yang sering tercermin dari margin laba superior, mengindikasikan adanya kapasitas finansial yang memadai. Kapasitas inilah yang memungkinkan perusahaan tidak hanya untuk mendanai berbagai program tanggung jawab sosial secara efektif, tetapi

juga memberikan insentif untuk melaporkan aktivitas tersebut secara lebih transparan sebagai sinyal positif kepada para pemangku kepentingan (Angelina Setiawan, 2022).

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor determinan yang diasumsikan memengaruhi tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Argumentasi yang mendasarinya adalah bahwa perusahaan berskala besar, terutama yang berstatus sebagai emiten, cenderung berada dibawah sorotan publik dan tekanan politik yang lebih intens. Sebagai respons, perusahaan-perusahaan ini memiliki insentif untuk melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas guna mengelola "biaya politik" (*political costs*) dan menunjukkan komitmen tanggung jawab sosialnya. Dengan demikian, terdapat ekspektasi bahwa entitas yang lebih besar akan melaporkan informasi CSR secara lebih ekstensif dibandingkan entitas yang lebih kecil (Yovana & Kadir, 2020).

Perusahaan dengan kinerja dan reputasi yang superior cenderung menjadi daya tarik kuat bagi investor potensial. Peningkatan minat investasi ini sering kali berujung pada basis kepemilikan saham yang lebih luas dan beragam. Basis investor yang luas inilah yang kemudian menciptakan tekanan (*pressure*) lebih besar terhadap perusahaan untuk meningkatkan transparansi, termasuk melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang lebih ekstensif (Erawati & Sari, 2021). Besarnya pengungkapan CSR bergantung pada ukuran perusahaan, pengungkapan CSR akan lebih besar jika perusahaan lebih besar, dan sebaliknya, jika perusahaan lebih kecil, pengungkapan CSR akan lebih sedikit. Ini karena perusahaan besar memiliki tanggung jawab yang lebih besar untuk berperilaku positif terhadap masyarakat dan lingkungan (Rukmana et al., 2020)

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang belum konsisten terkait pengaruh dewan komisaris independen, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Misalnya, profitabilitas ditemukan signifikan dalam beberapa studi Novianti & Eriandani (2022) dan Pakpahan et al., (2025), namun tidak berpengaruh dalam penelitian lain Fatih Kurniadi & Urip Wardoyo (2022).

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka fokus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah proporsi dewan komisaris independen berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini mengacu pada latar belakang yang telah dipaparkan di atas adalah sebagai berikut :

- a. Menganalisis pengaruh proporsi dewan komisaris independen terhadap pengungkapan CSR.
- b. Menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR.
- c. Menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya pemahaman akademis mengenai faktor-faktor determinan dari pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Temuan empiris terkait peran profitabilitas, proporsi dewan komisaris independen, dan ukuran perusahaan dalam studi ini dapat menjadi referensi yang relevan dan landasan bagi pengembangan penelitian selanjutnya dalam topik serupa.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini menggarisbawahi bahwa praktik pengungkapan CSR yang transparan menghasilkan manfaat multidimensional yang dirasakan oleh berbagai pemangku kepentingan. Bagi perusahaan, hal ini termanifestasi dalam bentuk peningkatan reputasi dan loyalitas konsumen. Bagi masyarakat, khususnya lembaga penerima manfaat, CSR memberikan dukungan dan pemberdayaan. Bagi pemerintah, praktik ini selaras dengan agenda pembangunan berkelanjutan. Sementara bagi aktivis lingkungan dan

masyarakat sipil, transparansi CSR memfasilitasi peran mereka dalam melakukan advokasi dan pengawasan. Oleh karena itu, para pengambil keputusan manajerial didorong untuk memandang CSR bukan hanya sebagai kewajiban, melainkan sebagai investasi strategis untuk mengelola hubungan dengan seluruh pemangku kepentingan.

