

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Konsep *sustainability* suatu perusahaan dituangkan dalam *Triple Bottom Line Reporting*, dimana perusahaan dalam laporannya memberikan informasi mengenai tiga aspek yaitu kegiatan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Menurut Deegan (2004) apabila prinsip *triple bottom line* dapat diimplementasikan dengan baik, maka akan menunjukkan akuntabilitas perusahaan tidak hanya untuk kegiatan ekonomi mereka, tetapi juga untuk pelaksanaan kegiatan sosial dan lingkungan (Wati, 2018). Kemudian pelaporan ketiga aspek kinerja tersebut dikemas dalam laporan tahunan atau yang lebih dikenal dengan *annual report*. Kinerja aspek bidang ekonomi dituangkan dalam bentuk laporan keuangan perusahaan, sedangkan aspek sosial dan lingkungan hidup dicerminkan pada bagian laporan pertanggungjawaban sosial atau yang lebih dikenal dengan *corporate social responsibility* (CSR).

CSR dapat didefinisikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, perilaku yang berhubungan dengan etika bisnis, nilai-nilai sosial, di luar kepentingan perusahaan, pemenuhan ketentuan hukum (Cahya, 2010; Xie et al., 2017; Ettinger et al., 2018). CSR juga dianggap sebagai salah satu strategi bisnis sebuah perusahaan karena kontribusinya terhadap kinerja keuangan dan nilai pasar (Sharp et al., 2010; Arena et al., 2017). Lebih lanjut, CSR merupakan program tanggung jawab perusahaan yang dapat memberikan manfaat positif untuk komunitas sekitar perusahaan maupun masyarakat secara luas

(Avicenia, 2014).¹ Aguilera (2015) dalam Xie et al. (2017) melihat bahwa CSR adalah sebagai komitmen perusahaan dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, sehingga pembangunan ekonomi tersebut dapat meningkatkan kualitas hidup manusia, termasuk karyawan, keluarga, dan masyarakat setempat.

Dalam konteks persaingan usaha perusahaan tidak hanya dituntut untuk menghasilkan laba yang sebesar-besarnya, namun juga harus memperhatikan bagaimana dampak ekonomi dan lingkungan sekitar dari aktivitas usaha yang dilakukan oleh perusahaan. Jadi meskipun perusahaan memfokuskan bisnis pada produk dan penjualan pada konsumen, sebuah bisnis yang baik tidak hanya menjual produk sebanyak-banyaknya pada konsumen, namun juga mampu dalam menunjukkan bahwa perusahaan yang dijalankan memiliki nilai dan dasar yang baik sehingga konsumen percaya bahwa produk atau jasa yang diberikan adalah produk atau jasa yang dibuat oleh perusahaan yang baik. Sehingga menjadi pentinglah bagi perusahaan untuk menjalankan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu dalam menjalankan usahanya, pelaku bisnis perlu untuk mengedepankan konsep *sustainability*, yaitu konsep yang memungkinkan suatu kehidupan akan terus lestari, begitupun bagi kehidupan perusahaannya (Rajafi dan Irianto, 2007 dalam Cahyaningtyas, 2018) .

Faktor- faktor yang mempengaruhi perusahaan mengungkapkan kebijakan pengungkapan *corporate social responsibility*, secara garis besar dapat

¹Fadilla Cahyaningtyas, “Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Lembaga Keuangan yang Terdaftar di BEI”, *Journal of Economics, Business, and Government Challenges*, Vol.1 No.1 (2018), 10-21.

diidentifikasi dua kelompok besar yaitu faktor eksternal dan faktor internal perusahaan. Faktor internal perusahaan meliputi struktur kepemilikan, ukuran perusahaan, *profile*, ukuran dewan komisaris, *leverage*, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, status perusahaan, tipe industri, tujuan internal perusahaan, dan dividen. Sedangkan faktor eksternal meliputi sistem pasar, sistem politik, sistem pengetahuan, dan sistem sosial (Lynes dan Andrachuk, 2008 dalam Ardian dan Rahardja, 2013).

Menurut Craven and Shrives (2002, 35) faktor yang mempengaruhi implementasi dan pengungkapan CSR diantaranya adalah *political economy theory*, *legitimacy theory*, dan *stakeholder theory*. Sedangkan menurut Haigh dan Jones (2006, 18) mengungkapkan bahwa terdapat faktor yang mempengaruhi praktik CSR oleh perusahaan. Keenam faktor tersebut adalah *internal pressures on business managers, pressures from business competitors, investors and consumers, and regulatory pressures coming from governments and non- governmental organizations* (Rochayatun, 2016). Sedangkan menurut Ulfah (2016) faktor yang dapat mempengaruhi pertanggungjawaban sosial, seperti ukuran perusahaan, profitabilitas, ukuran dewan komisaris, maupun profil, umur perusahaan, biaya eksplorasi, *leverage*, likuiditas, kepemilikan saham, komisaris independen, komite audit, pertumbuhan, media exposure, tipe industri, nilai perusahaan yang dianggap sebagai variabel penduga dalam pengungkapan pertanggungjawaban sosial.

Implementasi CSR di Indonesia diatur secara tegas dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal pada pasal 15 huruf b menyebutkan bahwa “Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan

corporate social responsibility". Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang berbunyi Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan Terbatas (PT) untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.² Kemudian dilengkapi dengan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Undang-undang tersebut menjadi acuan bagi perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR.

Menurut sucofindo.co.id (2019) di Indonesia sudah banyak perusahaan yang menjalankan program CSR untuk menjangkau dan memberikan manfaat bagi masyarakat. Terbukti dengan banyaknya perusahaan yang sukses dengan program CSR. Bahkan sejumlah perusahaan mendapatkan penghargaan dalam bidang CSR karena telah menjalankan program sesuai standar yang ditetapkan oleh pemerintah. Pada 2018, sejumlah perusahaan di Indonesia mendapatkan penghargaan Indonesia *Corporate Social Responsibility Award II 2018 (ICSRAII2018)*. Penghargaan tersebut merupakan prestasi tertinggi yang diberikan pada perusahaan yang terbaik dalam bidang CSR-nya di Indonesia. Melansir dari Economic Review, tujuh perusahaan meraih ICSRAII 2018 yakni PT Multi Bintang Indonesia Tbk, PT Bukit Asam (Persero) Tbk, PT Indofood Sukses Makmur, PT Bank CIMB Niaga Tbk, PT Modernland Realty Tbk, PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk, PT Bank Rakyat Indonesia dan (Persero), Tbk. Sementara itu, melansir dari Marketing.co.id, ada 72

²Undang-Undang Cipta Kerja Nomor 11 Tahun 2020 Pasal 109.

perusahaan yang meraih Top CSR 2018. Top CSR 2018 ini menggunakan aplikasi SR Index 26000 SR. Dengan demikian setiap perusahaan dapat mengukur tingkat implementasi CSR-nya terhadap ketentuan didalam ISO 26000 SR. Sejumlah 72 perusahaan ditetapkan sebagai pemenang Top CSR 2018 diantaranya, PT Federal Internasional Finance Tbk, PT Blue Bird Tbk, Pt Astra Internasional Tbk, PT Gajah Tunggal Tbk, dan lainnya.³

**Tabel 1.1 Perusahaan Penerima Penghargaan
CSR Brand Equity Award 2021**

Penerima Penghargaan Indonesia CSR Brand Equity Awards 2021		
No.	Corporate	Title
1	Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia	Leading Ministries in Promoting Social Welfare in Indonesia
2	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	Bank
3	PT Bank Central Asia Tbk	Bank
4	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	Bank
5	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	Bank
6	PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk	Bank
7	PT BNI Life Insurance	Asuransi
8	PT Prudential Life Assurance	Asuransi
9	PT Jasa Raharja	Asuransi
10	PT Great Eastern Life Indonesia	Asuransi
11	PT Asuransi Kredit Indonesia (Persero)	Asuransi
12	PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk	Consumer Goods
13	PT Kimia Farma Tbk	Farmasi
14	PT Kalbe Farma Tbk	Farmasi

³Sucofindo.co.id,“Perusahaan Swasta dan TBK Masih Mendominasi dalam Program CSR”, <https://www.sucofindo.co.id/id/read/2019/05/3028/perusahaan-swasta-dan-tbk-masih-mendominasi-dalam-program-csr> (Jumat, 20 Mei 2022, 22.30)

15	PT April Pulp & Paper	Industri Dasar (basic Industry)
16	PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE)	Jasa Kurir
17	PT Adhi Karya (Persero) Tbk	Konstruksi
18	PT Waskita Karya (Persero) Tbk	Konstruksi
19	PT Wijaya Karya (Persero) Tbk	Konstruksi
20	PT PLN (Persero)	Listrik & Infrastruktur Kelistrikan
21	PT Pembangkitan Jawa-Bali	Listrik & Infrastruktur Kelistrikan
22	Pertamina Foundation	Foundation
23	PT Bhandha Ghara Reksa (Persero)	Logistik
24	PT Pertamina (Persero)	Migas
25	ExxonMobil Indonesia	Migas
26	PT Medco E&P Indonesia	Migas
27	PT Astra International Tbk	Otomotif, komponen otomotif, Industri Berat
28	PT Perkebunan Nusantara III (Persero)	Perkebunan
29	PT Perkebunan Nusantara X (Persero)	Perkebunan
30	PT Petrokimia Gresik	Petrokimia
31	PT Pupuk Kujang	Petrokimia
32	PT Astra Agro Lestari Tbk	Sawit
33	PT Sampoerna Agro Tbk	Sawit
34	PT Sawit Sumbermas Sarana Tbk	Sawit
35	PT Triputra Agro Persada, Tbk	Sawit
36	PT Semen Padang	Semen
37	PT Bukit Asam Tbk	Tambang Mineral & Batubara
38	PT Adaro Energy Tbk	Tambang Mineral & Batubara
39	PT Kaltim Prima Coal	Tambang Mineral & Batubara
40	PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk	Telekomunikasi

Sumber: <https://www.theconomics.com/brand-equity/daftar-perusahaan-indonesia-csr-brand-equity-awards-2021/>

Perkembangan praktik menjalankan CSR ini diikuti dengan semakin banyaknya penelitian dengan topik CSR. Penelitian di Indonesia tentang praktik pengungkapan *corporate social responsibility* ini telah dilakukan diantaranya oleh Rajafi et al. (2007), Christa Evandini (2014), Pujiyono et al. (2016), Mudjiyanti & Maulani (2017), Fadilla Cahyaningtyas (2018), Sintia Safrianti (2020), Arie Aminda Aprilia (2020), Safrin Maruli Tua (2021), Rahmat Safar & Yuliana Endah Widyaningsih (2021), Sri Herleni, Rina Asmeri, dan Sunreni (2021), Rina Dewi Oviliana, Satria, dan Subur (2021). Setelah ditelaah lebih mendalam penelitian-penelitian mengenai CSR tersebut banyak yang lebih berfokus pada perusahaan-perusahaan manufaktur, industri kimia, makanan dan minuman, dimana secara kegiatan operasionalnya berkaitan langsung dengan dampak lingkungan sekitar. Sedangkan penelitian pengungkapan CSR terhadap perusahaan yang tidak memberikan dampak langsung terhadap lingkungan masih sangat jarang dilakukan di Indonesia. Hal inilah yang menjadi motivasi dalam penelitian ini untuk meneliti mengenai luasnya pengungkapan *corporate social responsibility* pada sektor finansial yang mana operasional perusahaannya tidak memiliki dampak langsung bagi lingkungan sekitar.

Motivasi berikutnya dalam penelitian ini adalah kewajiban pengungkapan CSR oleh perusahaan pada sektor finansial yang diatur dalam UU Nomor 25 Tahun 2007 dan PP Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. UU Nomor 25 tahun 2007 pasal 15 b menyebutkan bahwa “Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”, dimana yang dimaksud tanggung jawab sosial perusahaan adalah

tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Dari pernyataan tersebut mengungkapkan bahwa kewajiban menjalankan CSR tidak hanya pada sektor manufaktur atau pada perusahaan yang operasional memiliki dampak langsung pada kelangsungan kesehatan lingkungan namun juga pada perusahaan yang tidak memiliki dampak langsung seperti sektor finansial.

Kemudian yang menjadi motivasi terakhir penelitian ini adalah terkait beberapa faktor yang diprediksi mempengaruhi pengungkapan CSR oleh perusahaan yaitu umur perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan likuiditas perusahaan, beberapa penelitian dari faktor tersebut masih banyaknya keberagaman hasil dari penelitian terkait pengungkapan CSR ini. Seperti penelitian Rina Dewi Oviliana, Satria, Subur (2021) menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan menurut Dhiya'ul (2017), Sintia Safrianti (2020), Rahmat Safar dan Yuliana (2021) diketahui bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Kemudian pertumbuhan perusahaan tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR oleh Lutfia Nurlaili dan Christa Evandini, Darsono (2014), hasil berbeda ditunjukkan oleh Arie Aminda (2020) bahwa pertumbuhan perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Berikutnya menurut penelitian Rina dan Salis (2017) hasil analisis menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR. Arie Aminda (2020) likuiditas secara parsial tidak berpengaruh dan signifikan terhadap

pengungkapan CSR, Safrin Maruli Tua (2021) menunjukkan bahwa likuiditas pada perusahaan manufaktur secara parsial berpengaruh positif dan signifikan. Sri, Rina, dan Sunreni (2021) likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Dari sudut pandang Islam umur perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan likuiditas perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan finansial, umur perusahaan dalam Islam merupakan suatu karunia dari Allah Subhanahu wa Taala (SwT.), umur perusahaan sepenuhnya ditentukan oleh Allah SwT., manusia hanya bisa berbuat dan memprediksikan umur perusahaannya kemudian berusaha untuk mempertahankan perusahaannya agar terus berkembang dan tumbuh, yaitu tumbuh menjadi perusahaan yang mendapatkan keberkahan dari Allah SwT., karena menurut sudut pandang Islam keberkahan dari Allah SwT. adalah hal utama yang wajib dicari oleh setiap insan. Dengan keberkahan, Allah SwT. akan memberikan kelancaran dalam menjalankan bisnis, yang mana dampaknya akan berpengaruh pada likuiditas perusahaan yang terus membaik dan semakin mendapatkan keberkahan. Selanjutnya untuk memperoleh keberkahan, perusahaan menurut sudut pandang Islam harus pandai dalam bersyukur kepada Allah SwT., salah satu bentuk syukurnya adalah melakukan CSR.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini diberi judul “**Pengaruh Umur Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Likuiditas Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) serta Tinjauannya dari Sudut Pandang Islam (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Finansial yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020)**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah umur perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan likuiditas secara parsial berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)?
2. Apakah umur perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan likuiditas secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)?
3. Bagaimanakah pengaruh umur perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan likuiditas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) ditinjau dari sudut pandang Islam?

1.3 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh umur perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan likuiditas secara parsial terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan.

2. Untuk mengetahui pengaruh umur perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan likuiditas secara simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh umur perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan likuiditas secara simultan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) ditinjau dari sudut pandang Islam.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang luas pengungkapan *corporate social responsibility*, laporan keuangan, penelitian selanjutnya, serta diharapkan mampu untuk menambah pengetahuan.

- b. Bagi Peneliti Lainnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang dalam pengembangan ilmu ekonomi/ akuntansi, khususnya menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian- penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh umur perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan likuiditas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pembuat Kebijakan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi bagi lembaga- lembaga pembuat kebijakan luas pengungkapan CSR pada setiap perusahaan (seperti pemerintah, Bapepam, IAI, dan sebagainya).

b. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk memberikan gambaran kepada perusahaan bahwa tanggung jawab sosial merupakan sesuatu yang baik bagi perusahaan. Yang dapat digunakan sebagai referensi dalam pengambilan kebijakan oleh perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan menerbitkan laporan *corporate social responsibility*.

c. Bagi Investor

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang laporan keuangan dan laporan *corporate social responsibility* (seperti laporan keberlanjutan atau laporan lain sesuai aturan yang berlaku) kepada calon pemodal untuk dapat dijadikan sebagai acuan dalam pengambil keputusan investasi. Penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan wacana baru kepada investor dalam hal pengambilan keputusan investasi untuk mempertimbangkan aspek tanggung jawab sosial, tidak hanya indikator keuangan semata.

d. Bagi Masyarakat

Memberikan stimulus sebagai pengontrol atas perilaku perusahaan. Selain itu, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak- hak yang harus diperoleh, disamping sebagai sarana menambah wawasan tentang laporan *corporate social responsibility*.