

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan pada umumnya menjadikan laba sebagai tujuan utama untuk kepentingan pemegang saham. Namun, perusahaan seharusnya tidak hanya memusatkan perhatian mereka pada menghasilkan keuntungan, tetapi mereka juga memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan sekitar sebagai akibat lingkungan yang timbul dari kegiatan operasionalnya (Totok, 2014). Dalam beberapa tahun terakhir, terdapat permasalahan mengenai pencemaran dan kerusakan lingkungan akibat kegiatan operasi perusahaan.

Berdasarkan Laporan Pengaduan Lingkungan, pada tahun 2019, KLHK menerima total 470 laporan berdasarkan kategori lingkungan dan kehutanan. Pada tahun 2020 terjadi peningkatan pengaduan sebanyak 275 laporan, disusul dengan kenaikan retribusi sebesar 710 laporan pada tahun 2021. Oleh karena itu, masalah pencemaran dan kerusakan lingkungan di Indonesia sangat mengkhawatirkan bagi kelangsungan hidup masyarakat.

Sejalan dengan pandangan tersebut, menjaga lingkungan adalah tugas manusia dan salah satu kewajiban perusahaan. Menurut Chrysanti dan Noviarini (2015), perusahaan memiliki tanggung jawab yang besar dalam menjaga lingkungan karena lingkungan memiliki peran besar di masa depan mengingat semakin menipis dan memburuknya sumber daya alam di Indonesia.

Dalam dunia usaha saat ini tanggung jawab bagi perusahaan tidaklah cukup hanya mengungkapkan laporan keuangan namun perusahaan juga harus melaporkan pertanggung jawaban perusahaan terhadap sosial dan lingkungan yang sering di sebut dengan Tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*). Peraturan mengenai pelaksanaan CSR di Indonesia telah tertuang dalam UU No. 40 Tahun 2007 pasal 1 ayat 3, menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan

lingkungan adalah komitmen perseroan, untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

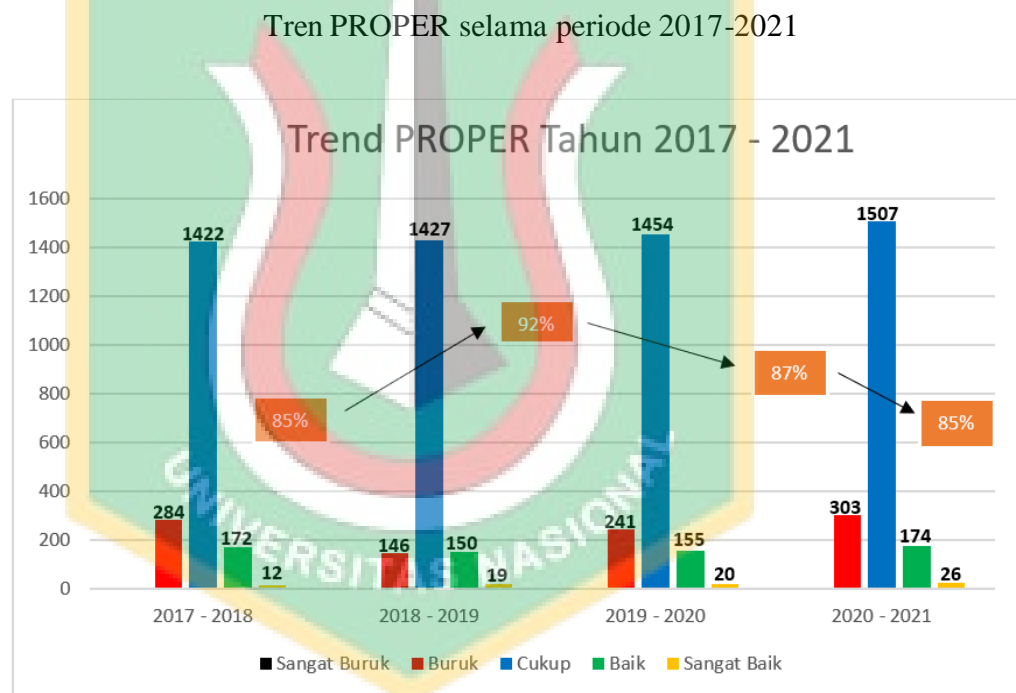
Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility*) merupakan bagian dari kegiatan suatu perusahaan dalam melakukan kegiatan yang memberikan dampak sosial yang positif kepada masyarakat luas dengan tujuan untuk menunjang keberlangsungan perusahaan. Perusahaan memiliki suatu peran terhadap sudut pandang masyarakat yang mengarah pada nilai kehidupan positif maupun negatif, sehingga perusahaan perlu berkontribusi dalam meminimalisir dampak negatif yang dapat mengganggu kegiatan pada perusahaan maupun masyarakat. Perkembangan pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan di Indonesia sudah semakin meningkat yang dapat dilihat dari aspek ekonomi dan aspek sosial yang dilaksanakan baik dalam bentuk *charity* maupun pembedayaan manusia.

Purwanto dan Nugroho (2020) menyatakan bahwa pengungkapan lingkungan merupakan salah satu proses yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab atas kegiatan operasional perusahaan dan dampak yang timbul terhadap kondisi sosial masyarakat dan lingkungan. Hal ini dapat menciptakan keharmonisan antara perusahaan, alam dan manusia. Selain itu dapat meningkatkan citra baik perusahaan sehingga perusahaan mampu bertahan dalam kelangsungan hidupnya. Salah satu program pemerintah untuk menilai kinerja lingkungan perusahaan adalah dengan memanfaatkan Program Penilaian Kinerja Perusahaan (PROPER).

Program Penilaian Kinerja Perusahaan (PROPER) merupakan program upaya tanggung jawab perusahaan dalam pengendalian pencemaran atau kerusakan lingkungan dan pengelolaan limbah, bahan berbahaya dan beracun yang berdampak pada kehidupan masyarakat berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pelaksanaan PROPER diawali dengan pemilihan perusahaan peserta, di mana

perusahaan yang menjadi target peserta proper adalah perusahaan yang menimbulkan dampak penting terhadap lingkungan yang tercatat pada pasar bursa dan mempunyai produk yang berorientasi pada ekspor atau digunakan oleh masyarakat luas. KLHK telah menetapkan pengukuran PROPER dengan memberikan 5 (lima) warna mulai dari warna terbaik yaitu emas, kemudian hijau, biru, merah hingga hitam berturut-turut sebagai penilaian terburuk. Peringkat ini menilai kinerja lingkungan suatu perusahaan dalam konteks konservatisme sehingga dapat mengendalikan dampak lingkungan dari operasi perusahaan.

Dibawah ini saya cantumkan tren PROPER selama periode 2017 - 2021



Gambar 1. 1 Tren PROPER

Dari gambar diatas menunjukkan adanya peningkatan jumlah peserta PROPER setiap tahunnya, dengan jumlah perusahaan yang mendapatkan peringkat warna biru semakin banyak hal ini menunjukkan adanya tindakan yang baik. Perusahaan yang mendapat peringkat warna hijau mengalami penurunan yang cukup signifikan dari tahun 2017 hingga

2018, sebelum naik lagi pada tahun 2020 dan 2021. Namun, masih sedikit perusahaan yang memperoleh peringkat warna emas. PROPER juga menyatakan persentase kepatuhan perusahaan terhadap tanggung jawab lingkungannya. Pada periode 2017-2018, persentase kepatuhan sebesar 85% kemudian meningkat menjadi 92% pada 2018-2019. Pada periode 2019-2020 persentase kepatuhan sebesar 87%, kemudian terjadi penurunan kepatuhan selama periode 2020-2021 sebesar 2%.

Corporate Social Responsibility (CSR) sering diasumsikan sebagai inti dari etika bisnis, yang artinya bahwa kunci keberhasilan suatu perusahaan yaitu dengan mengutamakan prinsip dari etika bisnis dengan tidak merugikan orang lain. Ortas et al (2015) menemukan bahwa berinvestasi dalam CSR memiliki keuntungan yang signifikan dalam hal citra dan kinerja keuangan secara keseluruhan.

Oleh karena itu perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan atau *stakeholders* yang jangkauannya melebihi kewajiban ekonomi dan legal.

Corporate Social Responsibility (CSR) tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berfokus kepada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpedoman kepada *triple bottom lines* yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan (Daniri, 2008).

Shama & Narwal (2006) menyatakan bahwa program CSR yang berkaitan dengan aspek sosial merupakan aspek yang paling baru dari aspek lainnya dan menjadi perhatian utama banyak perusahaan saat ini. Aspek sosial berarti bertanggung jawab atau peduli terhadap dampak sosial yang ditimbulkan oleh sektor perusahaan, baik langsung maupun tidak langsung. Dari sudut pandang sosial ini yang utama adalah menghormati orang. Wijaya (2015) menyatakan bahwa masyarakat mempengaruhi keberadaan perusahaan. Setiap kegiatan bisnis suatu perusahaan dapat memberikan dampak positif maupun negatif bagi

masyarakat sekitar perusahaan. Perusahaan dapat berkembang secara berkelanjutan jika memperhatikan identifikasi aspek sosial.

Corporate Social Responsibility (CSR) sangat dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan untuk menjalankan kegiatan operasionalnya. Ada beberapa faktor yang menganalisis Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) perusahaan antara lain profitabilitas kepemilikan perusahaan ukuran dewan ukuran perusahaan dan ukuran dewan (Krishna & Suhardianto, 2016). Rizky Latif (2015) menggunakan profitabilitas, likuiditas, dan media exposure sebagai factor-faktor untuk menganalisis CSR. Dalam meningkatkan *Corporate Social Responsibility* terdapat juga salah satu kunci yang tidak terlepas dari kemampuan manajemen untuk mengelola kinerja keuangan yang fundamental, seperti *leverage*, *profitability*, dan *size* (saputra,2016).

Faktor yang pertama mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah likuiditas. Likuiditas menunjukkan hubungan antara kas dan aset lancar lainnya dengan liabilitas lancarnya pada perusahaan. Likuiditas merupakan indikator mengenai kemampuan entitas untuk membayar semua liabilitas jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aset lancar yang tersedia. Kesehatan perusahaan yang diukur dengan likuiditas diharapkan berhubungan dengan tingkat pengungkapan sosial perusahaan. Hal ini didasarkan pada fakta bahwa perusahaan yang kuat secara finansial cenderung memberikan informasi yang lebih lengkap dibandingkan dengan perusahaan yang lemah secara finansial. Tetapi jika likuiditas dianggap sebagai ukuran kinerja diperlukan informasi yang lebih rinci untuk menjelaskan mengapa perusahaan dengan rasio likuiditas rendah berkinerja buruk dibandingkan dengan perusahaan dengan rasio likuiditas tinggi (Rahajeng 2010).

Syahrir dan Suhendra (2010) menemukan bahwa likuiditas mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan menunjukkan pada likuiditas yang tinggi akan memberikan tanda kepada perusahaan lain bahwa mereka lebih baik dari perusahaan lainnya dalam melaksanakan

Corporate Social Responsibility (CSR). Hasil berbeda ditunjukkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Rina dan Salis (2017) yang menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Faktor lain yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah umur perusahaan (*Firm Age*). *Firm Age* erat kaitannya dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Firm Age* dapat dilihat dari awal berdirinya perusahaan sampai saat ini serta menunjukkan berapa lama perusahaan mengalami eksistensi dalam menjalankan kegiatan operasinya. Semakin lama perusahaan berdiri menunjukkan seberapa banyak pengalaman serta pengetahuan mengenai apa yang dibutuhkan pada perusahaan tersebut.

Berdasarkan penelitian Dhiya'ul Azizah (2017) menunjukkan bahwa *Firm Age* berpengaruh negatif signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*, hal ini dikarenakan semakin lama umur perusahaan maka akan semakin mengerti informasi-informasi apa saja yang sebaiknya diungkapkan yang memberikan pengaruh positif bagi perusahaan sehingga perusahaan tidak perlu mengungkapkan seluruh informasinya. Sedangkan dalam penelitian *Firm Age* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini menunjukkan bahwa semakin lama perusahaan berdiri, semakin banyak kegiatan sosial yang terungkap, khususnya pada pemangku kepentingan (*stakeholders*).

Faktor ketiga yaitu *Good Corporate Governance* (GCG) pada dasarnya *Good Corporate Governance* (GCG) memiliki konsep *transparency*, *accountability*, *responsibility*, dan *fairness* yang dapat meningkatkan kualitas laporan keuangan serta dapat mendorong terlaksananya tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan.

Berdasarkan Nike & Nur Cahyonowati (2013) menyatakan bahwa tata kelola perusahaan (GCG) yang baik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan. Berbeda dengan penelitian (Lucyanda & Siagian, 2015; Nanda et al., 2016; Hutabarat et al., 2017), hal tersebut tidak berdampak signifikan terhadap tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan.

Faktor terakhir yang mempengaruhi CSR adalah ukuran perusahaan. Perusahaan yang memiliki kemampuan untuk bertahan terdapat pada perusahaan yang memiliki ukuran yang besar. Hal ini disebabkan semakin besar suatu perusahaan, maka semakin besar sumber daya yang dimiliki perusahaan tersebut.

Pada penelitian ini ukuran perusahaan dijadikan sebagai variable moderasi dalam hubungan variabel antara likuiditas, *Firm Age*, dan *Good Corporate Governance (GCG)* dengan CSR. Variabel moderasi diharapkan dapat mengubah hubungan antara variabel dependen dan independen dengan memperkuat atau memperlemah efek variable intervening sesuai dengan nilai variable moderatornya.

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Rahman dan Widyasari (2013) menunjukkan tidak adanya pengaruh positif signifikan antara ukuran perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Sebaliknya penelitian yang diteliti oleh (Swandari & Sadikin, 2016; Kurniawan & Yuniarta, 2020; Saputra, 2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR. Dalam penelitian Younet al (2015), ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi berpengaruh positif terhadap hubungan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dengan kinerja keuangan perusahaan.

Dari hasil penelitian terlebih dahulu yang di lakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat hasil yang tidak signifikan akibat pengaruh *Current Ratio*, *Firm Age*, *Good Corporate Governance* dan ukuran perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* yang ditunjukkan oleh penelitian sebelumnya. Berdasarkan fenomena tersebut, maka

peneliti ingin menguji kembali variable-variabel tersebut sebagai judul penelitian yaitu **“Pengaruh *Current Ratio*, *Firm Age*, *Good Corporate Governance*, Terhadap *Corporate Social Responsibility* dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi pada Sektor *Mining* dalam Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021.”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh langsung antara *Current Ratio* dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?
2. Apakah terdapat pengaruh langsung antara *Firm Age* dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?
3. Apakah terdapat pengaruh langsung antara *Good Corporate Governance* dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR)?
4. Apakah terdapat pengaruh tidak langsung antara *Current Ratio* terhadap *Corporate Social Responsibility* melalui ukuran perusahaan?
5. Apakah terdapat pengaruh tidak langsung antara *Firm Age* terhadap *Corporate Social Responsibility* melalui ukuran perusahaan?
6. Apakah terdapat pengaruh tidak langsung antara *Good Corporate Governance* terhadap *Corporate Social Responsibility* melalui ukuran perusahaan?
7. Apakah terdapat pengaruh langsung antara ukuran perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung antara *Current Ratio* dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR)
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung antara *Firm Age* dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR)
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung antara *Good Corporate Governance* dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tidak langsung antara *Current Ratio* terhadap *Corporate Social Responsibility* melalui ukuran perusahaan
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tidak langsung antara *Firm Age* terhadap *Corporate Social Responsibility* melalui ukuran perusahaan
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tidak langsung antara *Good Corporate Governance* terhadap *Corporate Social Responsibility* melalui ukuran perusahaan
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung antara ukuran perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility*

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai alat referensi untuk menambah dan memperdalam informasi tentang likuiditas, umur perusahaan, tata kelola perusahaan, tanggung jawab sosial, dan ukuran perusahaan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagian atau sebagai acuan bagi perusahaan untuk mempertimbangkan dalam menentukan kebijakan perusahaan di masa yang akan datang khususnya dalam hal Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility*).