

BAB I

PENDAHULUAN

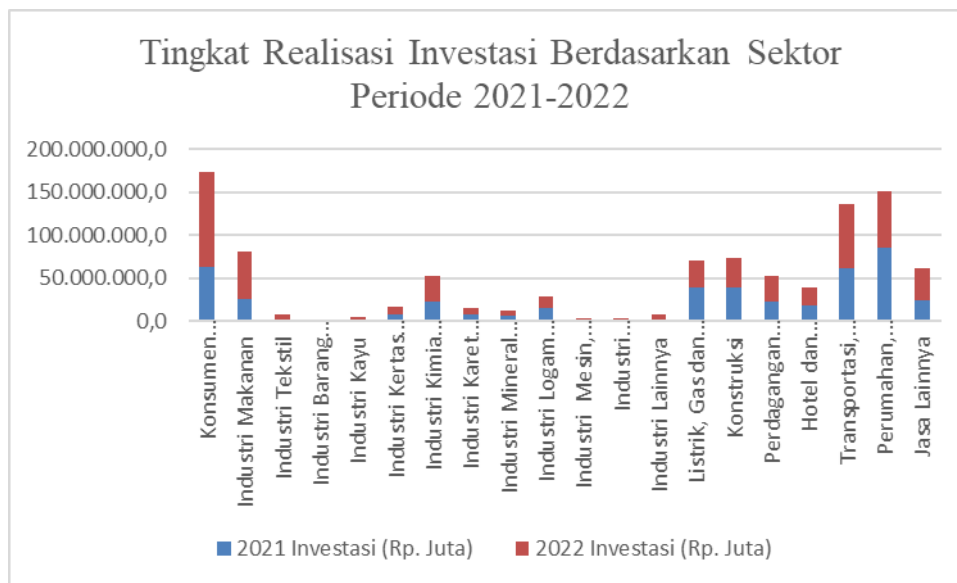
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah sebuah lembaga fasilitator untuk mempertemukan antara penjual dan pembeli efek atau surat berharga seperti saham, obligasi, dan lain-lain di Indonesia. Bursa efek Indonesia (BEI) merupakan bursa resmi di Indonesia, hal tersebut menjadikan setiap perusahaan yang ingin *go public* di Indonesia harus melalui BEI. Bursa Efek Indonesia (BEI) sendiri merupakan penggabungan dari dua bursa yang sempat ada di Indonesia, yaitu Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (BES).

Pada saat ini, BEI telah mengklasifikasikan perusahaan secara lebih spesifik melalui penerapan *IDX Industrial Classification (IDX-IC)*. Mereka resmi menetapkan bahwa terdapat 12 (dua belas) sektor dengan 35 (tiga puluh lima) sub sektor. Pada sub sektor tersebut terbagi lagi menjadi 69 (enam puluh sembilan) industri dengan 130 (seratus tiga puluh) sub industri untuk perusahaan yang tercatat di BEI. Berikut daftar kedua belas sektor dalam Bursa Efek Indonesia, yaitu sektor energi, sektor barang baku, sektor perindustrian, sektor konsumen primer, sektor konsumen non-primer, sektor kesehatan, sektor keuangan, sektor properti dan *real estate*, sektor teknologi, sektor infrastruktur, sektor transportasi dan logistik, dan sektor produk investasi tercatat.

Adapun objek penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan sektor konsumen primer. Perusahaan sektor konsumen primer memiliki tingkat realisasi investasi yang tinggi selama periode 2021-2022. Realisasi Investasi adalah aktivitas menempatkan modal baik berupa uang atau aset berharga lainnya ke dalam suatu benda, lembaga, atau suatu pihak dengan harapan pemodal atau investor kelak akan mendapatkan keuntungan setelah kurun waktu tertentu (Rezeki, 2022). Hal tersebut tentu menandakan bahwa perlunya dilakukan *corporate social responsibility disclosure* bagi perusahaan yang

memiliki nilai realisasi investasi tinggi untuk menjaga kredibilitasnya agar para investor tetap berinvestasi pada perusahaan, dan menarik investor lain untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Serta menandakan bahwa perusahaan serius dalam melakukan *sustainability development* terhadap masyarakat dan lingkungan. Berikut adalah diagram tingkat realisasi investasi berdasarkan sektor tahun 2021-2022 menurut *National Single Window for Investment*.



Gambar 1.1 Tingkat Realisasi Investasi Berdasarkan Sektor

Sumber: data yang telah diolah (2022)

Berdasarkan Gambar 1.1, NSWI telah menetapkan beberapa sektor yang dapat peneliti lihat data realisasi investasinya. Dari Gambar 1.1 tersebut didapat bahwa sektor konsumen primer memiliki jumlah tingkat realisasi investasi tertinggi daripada sektor-sektor lainnya, dengan total nilai realisasi investasi sebesar Rp173.983.919.000.000 (seratus tujuh puluh tiga triliun sembilan ratus delapan puluh tiga miliar sembilan ratus sembilan belas juta rupiah). Di samping memiliki nilai realisasi investasi yang tinggi, aktivitas perusahaan sektor konsumen primer dianggap memiliki keterlibatan langsung terhadap masyarakat dan lingkungan terkait sumber daya alam yang digunakan untuk produksi serta pencemaran lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan.

Pada sektor konsumen primer, BEI telah menetapkan terdapat 12 (dua belas) sub-sektor, yaitu sub-sektor ritel & distributor obat-obatan, sub-sektor ritel & distributor makanan, sub-sektor supermarket, sub-sektor minuman keras, sub-sektor minuman ringan, sub-sektor produk susu olahan, sub-sektor makanan olahan, sub-sektor ikan, daging, & produk unggas, sub-sektor perkebunan & tanaman pangan, sub-sektor rokok, sub-sektor keperluan rumah tangga, dan sub-sektor produk perawatan tubuh. Berikut terlampir pada Tabel 1.1 jumlah perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2021.

Tabel 1.1 Jumlah Perusahaan Sektor Konsumen Primer BEI 2021

No.	Jenis Perusahaan Sektor Konsumen Primer	Jumlah
1	Sub-sektor ritel & distributor obat-obatan	3
2	Sub-sektor ritel & distributor makanan	5
3	Sub-sektor supermarket	5
4	Sub-sektor minuman keras	2
5	Sub-sektor minuman ringan	3
6	Sub-sektor produk susu olahan	4
7	Sub-sektor makanan olahan	24
8	Sub-sektor ikan, daging, & produk unggas	15
9	Sub-sektor perkebunan & tanaman pangan	32
10	Sub-sektor rokok	5
11	Sub-sektor keperluan rumah tangga	2
12	Sub-sektor produk perawatan tubuh	9
Total		109

Sumber: Sahamu.com, 2021

1.2 Latar Belakang Penelitian

Sejarah awal *Corporate Social Responsibility* dimulai pada tahun 1930, ketika banyak masyarakat di dunia yang protes terhadap perusahaan akibat tidak peduli terhadap masyarakat sekitar dan tidak adanya transparansi dari perusahaan (Hardi, 2023). Pada saat itu juga terjadi resesi besar di dunia yang mengakibatkan banyak perusahaan bangkrut dan meluasnya pengangguran, hal itu menimbulkan ketidakpuasan masyarakat terhadap perusahaan yang tidak bertanggung jawab.

Pada tahun 1948, Inggris dan Amerika Serikat melakukan pengembangan masyarakat dengan beberapa pendekatan. Pendekatan ini memberikan masyarakat dan beberapa pihak untuk berpartisipasi tinggi dalam pengambilan keputusan, pelaksanaan, evaluasi, dan menikmati hasil bersama. Howard R. Bowen (1950) memberikan definisi awal yang dijadikan sebagai tombak *corporate social responsibility* modern dalam bukunya “*Social Responsibility of The Businessman*”, bahwa kewajiban pengusaha untuk mengejar kebijakan tersebut, untuk membuat keputusan tersebut atau untuk mengikuti garis tindakan yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai masyarakat kita. Pada tahun 1995, didirikan *World Business Council for Sustainable Development*. WBCSD merupakan forum asosiasi CEO dari 200 perusahaan yang terlibat dalam bisnis dan pembangunan berkelanjutan. *World Business Council for Sustainable Development* (1999) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan perilaku etis perusahaan terhadap masyarakat.

Di Indonesia, istilah *Corporate Social Responsibility* dikenal pada tahun 1980-an, dan mulai populer digunakan pada tahun 1990-an. *corporate social responsibility* muncul di Indonesia karena mulai banyak kegiatan terkait dengan masyarakat yang dilakukan, seperti bantuan bencana alam, beasiswa sekolah, tunjangan hari raya, dan lain-lain. Departemen Sosial selaku Lembaga Pemerintah telah aktif mengembangkan konsep *corporate social responsibility* dan mengadvokasi perusahaan-perusahaan nasional sejak tahun 2003. Pada saat pemerintah mengeluarkan UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, hampir seluruh perusahaan di Indonesia telah melakukan program *corporate social responsibility*. Selanjutnya pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 sebagai dukungan untuk menjadi landasan dalam praktik *Corporate social responsibility disclosure*, pasal 2 dan 3 menyebutkan bahwa setiap perusahaan adalah subjek hukum yang memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sanksi terhadap perusahaan yang tidak melaksanakan *corporate social responsibility* telah ditegaskan pada Pasal 34 UU Pasar Modal, sanksi tersebut berupa sanksi administratif (Muhid, 2022).

Kerusakan lingkungan menjadi salah satu penyebab dari kurangnya perhatian perusahaan terhadap *corporate social responsibility*. Kegiatan *Brand Audit* telah dilaksanakan pada tanggal 12 hingga 19 Juni 2022 untuk wilayah Kepulauan Seribu di Pulau Rambut, Muara Angke, Muara Baru, Muara Adem, dan Kali Ciliwung dari Jembatan TB Simatupang hingga Condet yang dilakukan oleh Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik (GIDKP), *River Warrior*, dan komunitas lain yang berfokus pada kelestarian sungai. Kegiatan *brand audit* adalah sebuah analisis terperinci yang dapat menunjukkan bagaimana kinerja *brand* perusahaan (Oliver, 2020). Kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan sampel sampah *sachet* yang diambil minimal 500 lembar sampah dari setiap lokasi yang mengapung di air, terdampar di pantai, dan terpendam di bantaran tepi sungai. Hasil dari kegiatan *brand audit* tersebut menyimpulkan bahwa dari keseluruhan wilayah yang teraudit didapatkan bahwa pencemaran sampah sachet plastik didominasi oleh PT Unilever, Indofood, Wings, Santos Jaya, dan Mayora (Muhtarom, 2022).

Kegiatan *Brand Audit* juga telah dilaksanakan oleh *Divers Clean Action* (DCA) pada tahun 2022 di 11 titik pantai Indonesia, hasil dari kegiatan tersebut menunjukkan bahwa PT Unilever, Indofood dan Mayora menjadi tiga besar perusahaan penyumbang pencemaran sampah plastik sekali pakai. Pawai bebas plastik menyatakan bahwa 79,9% dari total temuan sampah plastik adalah sampah plastik sekali pakai berjenis kemasan *sachet*. Puspa (2022) menyatakan bahwa sampah kemasan sachet masih menjadi beban lingkungan karena sampah ini susah untuk didaur ulang. *Greenpeace* juga menyatakan dalam laporan *Throwing Away The Future* bahwa Asia Tenggara telah menjadi pangsa pasar sekitar 50%. Puspa (2022) menambahkan bahwa telah diprediksi pada tahun 2027 kemasan *sachet* yang terjual akan mencapai 1,3 triliun rupiah. Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Nomor 75 Tahun 2019 tentang Peta Jalan Pengurangan Sampah oleh Produsen, dalam peraturan tersebut mewajibkan produsen untuk membuat peta jalan pengurangan sampah sampai tahun 2030. Peta ini berfungsi untuk mendorong perluasan tanggung jawab produsen atas krisis sampah plastik (Regar, 2022).

Pengukuran *corporate social responsibility disclosure* dapat dilakukan menggunakan *Corporate social responsibility disclosure Index* (CSRDI) berdasarkan ketetapan dari *Global Reporting Initiative* (GRI), GRI merupakan program dari Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) pada tahun 2000 yang dijadikan sebagai pedoman mengenai *sustainability reporting* yang digunakan untuk *corporate social responsibility disclosure* (Septianingsih & Muslih, 2019). GRI di Indonesia didasarkan oleh Peraturan OJK Nomor 51/POJK.03.2017 yang membahas tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik. Terdapat beberapa variabel yang dinilai memberi pengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Adapun pada penelitian ini peneliti memilih *green accounting*, *firm size*, dan *board size* sebagai variabel independen untuk menguji pengaruhnya terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

Green accounting merupakan akuntansi yang menyajikan, mengukur, mengidentifikasi, dan mengungkapkan biaya-biaya yang berhubungan dengan lingkungan berkaitan dengan aktivitas perusahaan (Azzahra et al., 2021). Konsep *green accounting* dibuat untuk mendorong setiap kegiatan ekonomi dan pelaporan keuangan dapat meminimalkan dampaknya terhadap lingkungan, yang mana dampak tersebut merupakan bagian dari *corporate social responsibility*. Perusahaan yang menerapkan *green accounting* akan meningkatkan kualitas *corporate social responsibility disclosure*-nya. Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh *green accounting* terhadap *corporate social responsibility disclosure*, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Agnes (2023) dan Azzahra et al. (2021) menyatakan bahwa *green accounting* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*, sedangkan Rohayati & Mulyati (2022) menyatakan bahwa *green accounting* berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

Firm size merupakan skala besar atau kecilnya sebuah perusahaan, yang ditentukan dari total jumlah aset perusahaan diukur menggunakan nilai logaritma total aset. Teori agensi dapat dikaitkan dengan *firm size*, dalam teori tersebut

perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan (Yanti et al., 2021). Semakin besar perusahaan, maka semakin ada biaya untuk melakukan *corporate social responsibility disclosure*. Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh *firm size* terhadap *corporate social responsibility disclosure*, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Shafira et al. (2021), menyatakan bahwa *firm size* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*, adapun Rohayati & Mulyati (2022) menyatakan bahwa *firm size* berpengaruh negatif signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*, sedangkan Dewanti & Afif (2022), Agnes (2023), Miranatha et al. (2021), Dewi & Wirawati (2021), dan Ika et al. (2021) menyatakan bahwa *firm size* berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

Board size merupakan jumlah dewan komisaris pada suatu perusahaan. Dewan komisaris termasuk ke dalam *corporate governance*. Sebagaimana yang telah dipaparkan oleh Hapsari et al. (2023), *corporate governance* merupakan proses dan struktur yang digunakan oleh organ perusahaan (pemegang saham, dewan komisaris, dan direksi) untuk meningkatkan keberhasilan dan akuntabilitas perusahaan. *Good corporate governance* sangat penting untuk pembangunan ekonomi negara manapun karena meningkatkan kinerja keuangan dan akses ke sumber daya eksternal (Haryanto et al., 2022). Banyaknya jumlah dewan komisaris pada suatu perusahaan akan memudahkan pengawasan terhadap direksi dan aktivitas operasional perusahaan (Yanti et al., 2021). Akan tetapi, semakin banyak jumlah dewan komisaris pada suatu perusahaan juga menjadikan intervensi yang ada akan semakin besar dan subjektifitas semakin terbagi, oleh karena itu perhatian terhadap *corporate social responsibility disclosure* beresiko kurang dianggap sebagai suatu hal yang esensial bagi perusahaan (Safitry et al., 2022). Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh *board size* terhadap *corporate social responsibility disclosure*, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dewanti & Afif (2022) menyatakan bahwa *board size* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*, adapun Safitry et

al. (2022) menyatakan bahwa *board size* berpengaruh negatif signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*, sedangkan Shafira et al. (2021), Agnes (2023), dan Nugrahanti (2021) menyatakan bahwa *board size* berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.

Penelitian untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent telah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Namun, masih terdapat inkonsistensi hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Green Accounting, Firm Size, dan Board Size Terhadap Corporate social responsibility disclosure (Studi pada Perusahaan Sektor Konsumen Primer yang Terdaftar di BEI Periode 2021-2022)”**.

1.3 Perumusan Masalah

Pada kenyataannya kesadaran perusahaan di Indonesia terhadap *corporate social responsibility* masih rendah. Penelitian tentang *corporate social responsibility disclosure* telah banyak dilakukan sebelumnya. Penulis ingin mengkaji ulang tentang pengaruh *green accounting*, *firm size*, dan *board size* terhadap *corporate social responsibility disclosure*, dikarenakan masih terdapat inkonsistensi dalam hasil penelitian-penelitian sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka terdapat beberapa pertanyaan tentang penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana *green accounting*, *firm size*, *board size*, dan *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI periode 2021-2022?
2. Apakah *green accounting*, *firm size*, dan *board size* berpengaruh secara simultan terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI periode 2021-2022?
3. Apakah secara parsial:

- a. *Green accounting* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI periode 2021-2022?
- b. *Firm size* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI periode 2021-2022?
- c. *Board size* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI periode 2021-2022?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan sebelumnya, penulis telah menetapkan beberapa tujuan yang ingin diperoleh dari penelitian ini, tujuan tersebut sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana *green accounting*, *firm size*, *board size*, dan *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI periode 2021-2022.
2. Untuk mengetahui apakah *green accounting*, *firm size*, dan *board size* berpengaruh secara simultan terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI periode 2021-2022.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial:
 - a. Pengaruh *green accounting* terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI periode 2021-2022.
 - b. Pengaruh *firm size* terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI periode 2021-2022.
 - c. Pengaruh *board size* terhadap *corporate social responsibility disclosure* pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI periode 2021-2022.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya, penulis membagi para pembaca ke dalam dua aspek, yaitu:

1.5.1 Aspek Teoritis

1. Bagi pihak akademisi, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengembangan dalam ilmu akuntansi khususnya mengenai *corporate social responsibility disclosure* dengan beberapa variabel dependen yang berpengaruh terhadap *corporate social responsibility disclosure*.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5.2 Aspek Praktis

1. Bagi perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kesadaran dan menjadi bahan evaluasi kinerja perusahaan terhadap *corporate social responsibility disclosure*.
2. Bagi *shareholder*, diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi kepada *shareholder* mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *corporate social responsibility disclosure* untuk menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan dibutuhkan dalam penulisan tugas akhir. Berikut adalah sistematika penulisan tugas akhir yang terdiri dari Bab I sampai BabV:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan secara umum, ringkas, padat, dan tepat mengenai isi penelitian. Bab ini berisikan: Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan secara ringkas dan jelas mengenai *green accounting*, *firm size*, dan *board size* berdasarkan teori-teori yang ada. Kemudian peneliti juga menguraikan penelitian-penelitian terdahulu sebagai acuan untuk melakukan penelitian. Selanjutnya dibuatlah kerangka pemikiran untuk menggambarkan masalah penelitian berdasarkan penguraian kerangka pemikiran peneliti. Yang terakhir dibuatlah hipotesis sebagai jawaban sementara dari masalah penelitian dan dijadikan sebagai acuan dalam pengujian data.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas metode penulisan penelitian untuk mendapatkan jawaban dari masalah penelitian. Bab ini berisikan: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (kuantitatif) atau Situasi Sosial (kualitatif), Pengumpulan Data, dan Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil penelitian dari data-data yang telah dikumpulkan serta berisikan analisis atau pembahasan berdasarkan hasil penelitian. Bab ini juga menjelaskan hasil penelitian secara deskriptif mengenai pengaruh variabel independen (*green accounting*, *firm size*, dan *board size*) terhadap variabel dependen (*corporate social responsibility disclosure*).

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian. Bab ini juga memberikan saran dari peneliti mengenai manfaat penelitian untuk aspek teoritis dan praktis.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)