

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu negara yang kaya akan sumber daya alam yang melimpah, baik dari sumber daya laut, bumi, darat, dan lainnya. Tetapi, sumber daya tersebut banyak terjadi eksploitasi tanpa adanya penanganan yang baik sehingga terjadilah pencemaran lingkungan. Kegiatan tersebut sebenarnya melanggar undang-undang yang berlaku. Dapat dikatakan juga bahwa lingkungan hidup yang baik dan sehat adalah lingkungan yang tidak tercemar dan terjaga atas perilaku manusia yang dapat merusak sumber daya alam (Addini, Cheisvianny, and Setiawan, 2019). Sehingga memerlukan tanggung jawab sosial bagi para pemangku usaha yang menggunakan sumber daya alam dalam kegiatan operasional usahanya

Dunia bisnis berkembang seiring dengan banyaknya tugas yang dilakukan oleh para pengusaha. Bisnis atau industri mengambil tindakan berdasarkan rasa tanggung jawab, yang akan dirasakan oleh lingkungan sosial dan industri. Namun, beberapa perusahaan hanya berkonsentrasi pada peningkatan keuntungan mereka daripada mempertimbangkan elemen lainnya. Untuk menghindari berfokus pada keuntungan, perusahaan harus mengikuti konsep *triple bottom line*, yang terdiri dari tiga aspek sosial: orang yang membantu perusahaan dan masyarakat di sekitarnya (*people*), planet yang mendorong perusahaan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan (*planet*), dan profit (Suartana, 2010).

alam pengambilan keputusan dan pelaksanaannya (Marnelly, 2012). Para *stakeholder* seperti, karyawan, *supplier*, *investor*, konsumen, masyarakat umum, pemerintah, dan lainnya.

Permasalahan lingkungan sosial mulai timbul akibat muncul adanya dunia industri. Permasalahan kurangnya transparansi perusahaan dalam mengelola dan

memberikan biaya sosialnya terhadap masyarakat mengakibatkan kesenjangan lingkungan akibat dari kegiatan operasional perusahaan seperti, polusi, penurunan sumber daya alam sebagai bahan baku produksi, dan limbah perusahaan yang mengganggu lingkungan penduduk akibat tercemarnya air baik dari kualitas, warna, dan bau pada air tersebut (Marnelly, 2012). Ini akan menjadi masalah serius sehingga memerlukan perencanaan dan strategi dalam pengelolaan manajemen.

Pemerintah Indonesia telah menerapkan peraturan bagi setiap perusahaan yang berbentuk perseroan terbatas (PT) dan mengelola serta menggunakan sumber daya alam dalam kegiatan produksinya memiliki kewajiban untuk menjaga kelangsungan usahanya dan mementingkan hubungan internal dan eksternal perusahaan yang akan berdampak positif bagi kelangsungan hidup perusahaannya. Peraturan tersebut diatur dalam Pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mengatur tanggung jawab sosial dan lingkungan, dimana Perseroan yang menjalani kegiatan produksinya dan/atau yang berhubungan langsung dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab social terhadap lingkungan. Pasal 15, Pasal 17, dan Pasal 34 UU No. 25 Tahun 2007 tentang penanaman modal, yang mengatur bahwa kewajiban perusahaan untuk melakukan kegiatan atau program *corporate social resposibility* (Widiastuti, Utami, and Handoko, 2018).

Bentuk tanggung jawab perusahaan adalah sebuah kepedulian sosial baik sebagai tanggung jawab lingkungan dengan tidak mengabaikan atau memperhatikan kemampuan perusahaan demi belangsungnya kegiatan perusahaan. Perusahaan harus memiliki kebijakan tanggung jawab lingkungan, tidak hanya tentang keuangan atau keuntungan yang di dapat (Reverte, 2009). Namun, konsekuensi sosial sebagai bentuk rasa tanggung jawab yang sungguh – sungguh atas kegiatan yang terjadi di lingkungan perusahaan.

Permasalahan yang terjadi pada PT Medco dengan warga tentang pencemaran lingkungan dan kegagalan program penanaman padi menggunakan sistem intensifikasi padi (SRI) dalam kegiatan *corporate social responsibility*, (Redaksi.com, 2023). Permasalahan PT Adaro Energy Indonesia dengan beberapa aktivis untuk upaya

menuntut kejelasan dan menghentikan rencana inisiatif hijau yang digaungkan Adaro hanya sebatas narasi semu untuk membangun citra baik perusahaan. Kasus selanjutnya terjadi pada PT Bukit Asam dengan PT Indo Tambangraya Megah yang melakukan kerusakan lingkungan dalam kegiatan perusahaan (Saputri and Setyowati, 2024).

Beberapa kasus diatas menjadi masalah sosial dan lingkungan yang bisa dikatakan bahwa perusahaan tidak memberikan pelayanan yang baik untuk lingkungan sekitar sehingga berdampak besar pada pencemaran lingkungan yang terjadi dan merugikan penduduk disekitarnya. Oleh sebab itu, masalah seperti ini tidak bisa menjadi hal yang marginal, didudukan pada tahap kuratif atau aspek yang tidak dianggap berpengaruh penting dalam kegiatan operasional perusahaan.

Terdapat tiga aspek alasan mengapa perusahaan harus atau wajib melaksanakan tanggung jawab sosial, khususnya pada perusahaan ekstraktif. Pertama, perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh sebab itu perlu bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Perlunya kesadaran perusahaan bahwa kegiatan operasional mereka dalam satu tatanan lingkungan masyarakat. Kegiatan sosial juga berfungsi sebagai kompensasi atau upaya timbal balik atas kegiatan yang berhubungan langsung dengan sumber daya alam atau sumber daya ekonomi yang bersifat ekspansif dan eksploratif, sebagai ganti rugi akibat ketidaknyamanan pada masyarakat sekitar (Sri Ardani and Mahyuni, 2020).

Kedua, golongan pebisnis dan masyarakat seharusnya mempunyai hubungan yang bersifat saling menguntungkan. Cara mendapat dukungan dari Masyarakat sekitar, harus memiliki izin untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan, Sangat wajar apabila perusahaan dituntut untuk memberikan imbalan yang positif kepada masyarakat untuk menciptakan hubungan yang baik, juga sebagai pengharum citra dan perfoma perusahaan (Sri Ardani and Mahyuni, 2020).

Ketiga, kegiatan tanggung jawab sosial yakni cara menghindari permasalahan sosial yang terjadi akibat kegiatan operasional perusahaan. Kegiatan operasional

perusahaan yang mengakibatkan kesenjangan struktural dan ekonomis yang timbul ditengah-tengah masyarakat. Terganggunya akibat aktifitas perusahaan yang terjadi harus ditangani atau di selesaikan sampai selesai jika terdapat sampah atau limbah kotoran yang mengganggu atau mencermarkan sebagai rasa tanggung jawab (Sri Ardani and Mahyuni, 2020).

Akuntansi hijau di definisikan sebagai proses pengenalan, mengukur nilai, mencatat, menyimpulkan, melaporkan, dan mengungkapkan informasi mengenai objek, transaksi, peristiwa, atau dampak dari kegiatan ekonomi (Lako, 2017). Akuntansi hijau yang penerapannya diawasi dengan ketat di setiap tingkatan perusahaan akan memberikan perubahan yang besar terhadap lingkungan (Cyhintia and Sofyan, 2023). Akuntansi hijau adalah suatu penerapan akuntansi sebagai bentuk komitmen perusahaan kepada masyarakat dengan cara memberikan biaya lingkungan (*environmental cost*) sebagai beban perusahaan (Indrawati, 2018). . Ini adalah upaya mengurangi dampak negatif dari kegiatan operasional yang berdampak kepada lingkungan maupun masyarakat dengan menambahkan biaya lingkungan sebagai rasa tanggung jawab terhadap lingkungan.

Pemberian biaya lingkungan kepada masyarakat yang terdampak harus tepat sasaran, karena pengalokasian yang tepat akan memberikan dampak yang baik pada lingkungan sehingga kinerja lingkungan perusahaan akan terlihat baik. Citra perusahaan yang baik dalam menangani lingkungan dapat dilihat dari peringkat yang diberika oleh kementrian lingkungan hidup dan kehutanan republik Indonesia kepada perusahaan yang berhasil dalam menangani lingkungan dengan baik (Chasbiandani, Rizal, and Indra Satria, 2019). Biaya lingkungan yang dikeluarkan perusahaan sebagai pondasi kepercayaan masyarakat terhadap pemangku kepentingan perusahaan untuk membangun citra baik perusahaan sehingga dapat menarik pemangku kepentingan lainnya (Winda Widanengsih and Maria Lusiana Yulianti, 2022).

Menurut studi penelitian Agarwal dan L (2018), Dhar, Sarkar dan Ayithey (2020), dan Mustofa, Edy, Kurniawan dan Kholid membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara penerapan akuntansi hijau dengan pengungkapan informasi

tanggung jawab sosial perusahaan diakibatkan adanya akuntansi hijau berhubungan dengan penerapan akuntansi hijau yang ada di perusahaan.

Ukuran perusahaan sebagai variabel independen kedua setelah akuntansi hijau pada penelitian ini. Ukuran perusahaan adalah skala sesuatu diklasifikasikan berdasarkan besar kecilnya perusahaan dengan berbagai cara seperti, ukuran pendapatan, total aset, dan total modal (Krisnugraha, Rahayu, and Supardiyono, 2022). Besar dan kecilnya perusahaan menjadi pendorong dalam menyajikan informasi perusahaan dalam laporan perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar dan kecilnya nilai perusahaan dan ditentukan menggunakan ukuran nominal seperti, jumlah kekayaan dan total penjualan perusahaan dalam satu tahun periode (Nurahma and Budiharjo, 2022). Pengelompokan tersebut dapat digunakan bagi investor dalam mengambil Keputusan.

Ukuran perusahaan dapat dihitung menggunakan cara total aset dan penjualan selama satu periode yang akan menunjukkan sebuah informasi mengenai kondisi perusahaan, jika perusahaan lebih besar akan memiliki kelebihan atau cukup banyak dalam sumber dana atau kekayaan yang diperoleh untuk membayar investasinya dalam mengambil keputusan dan memperoleh laba, dan menengah. Ukuran perusahaan mengacu pada besarnya suatu perusahaan berdasarkan kriteria tertentu. Ukuran ini penting karena bisa memengaruhi cara perusahaan beroperasi, peraturan yang harus dipatuhi, dan bagaimana perusahaan dinilai oleh investor, pemerintah, atau pihak lain.

Selanjutnya, menurut Penelitian terdahulu yang dilakukan Widiastuti, Utami & Handoko (2018), Muslih & Klarisa (2019), Hasibuan, Fitriasia & Wulan (2020) menemukan bahwa *firm size* memberikan pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Namun, ada penelitian lain oleh (Saputri and Setyowati, 2024) menyatakan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Pengungkapan media akan menjadi variabel terakhir dalam penelitian ini. Informasi atau pemamparan bagaimana perusahaan mengelola lingkungan dengan baik yang dapat diungkapkan kepada media sebagai penjeles bahwa perusahaan telah melakukan kewajibannya terhadap lingkungan. Sebagai informasi yang telah dipaparkan oleh perusahaan kepada publik baik masyarakat maupun pemerintah akan memberikan dampak yang positif sehingga kegiatan operasional perusahaan berjalan baik akibat adanya timbal balik dari perusahaan kepada masyarakat (Widiastuti, Utami, and Handoko, 2018).

Ukuran perusahaan mengacu pada besarnya suatu perusahaan berdasarkan kriteria tertentu. Ukuran ini penting karena bisa memengaruhi cara perusahaan beroperasi, peraturan yang harus dipatuhi, dan bagaimana perusahaan dinilai oleh investor, pemerintah, atau pihak lain. Dalam perusahaan manajemen perlu mempertimbangkan kemampuan perusahaan tersebut. Bagaimana cara perusahaan mengendalikan dan memperoleh laba yang akan di targetkan perusahaan untuk menjadi tujuan perusahaan yang bisa menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Ini diperlukan pengelolaan manajemen yang baik dan perancangan strategi yang baik sehingga tujuan perusahaan bisa tercapai sesuai dengan visi misi perusahaan.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Cyhintia & Sofyan, 2023) variabel yang digunakan untuk mempengaruhi *corporate social responsibility* adalah akuntansi hijau, ukuran perusahaan, dan *media exposure*. Pada penelitian ini mengolah kembali dengan menambah satu variabel yaitu profitabilitas sebagai variabel bebas. Sampel yang digunakan adalah perusahaan energi pada periode 2020–2022 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui upaya tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat terkait dengan *corporate social responsibility* yang dijalankan perusahaan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan permasalahan yang akan diteliti, yaitu :

1. Apakah Akuntansi Hijau berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*?
2. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*?
3. Apakah Pengungkapan Media berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*?
4. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*?

### **1.3 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi permasalahan di atas maka penulis membatasi penelitian ini, yaitu :

1. Dilakukan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Data yang digunakan adalah laporan keuangan tahunan periode 2020-2022.

### **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1. Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh Akuntansi Hijau berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.
2. Untuk menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.
3. Untuk menganalisis pengaruh Pengungkapan Media berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.
4. Untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

#### **1.4.2. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis
  - a) Penelitian ini memberikan bukti akuntansi hijau, ukuran perusahaan, dan pengungkapan media terhadap *corporate social responsibility*.

- b) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengaruh akuntansi hijau, ukuran perusahaan, dan pengungkapan media terhadap *corporate social responsibility*.

## 2. Manfaat Praktis

- a) Dengan munculnya penelitian ini diharapkan menambah informasi, pengetahuan, dan wawasan mengenai kepada pembaca sebagai materi perkuliahan.
- b) Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pembaruan untuk pengembangan penelitian selanjutnya.