

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Pendahuluan

Tanggung jawab sosial bukan hal baru bagi perusahaan di Indonesia. Beberapa perusahaan memiliki sistem yang berbeda dalam melakukan tanggung jawab sosial. Wakil Ketua I Bidang Organisasi dan Kelembagaan dan Pengurus Pusat (BPP) Forum *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kessos Sarman Simanjorang menjelaskan beberapa tipe perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial: 1) perusahaan yang sudah memiliki program tanggung jawab sosial, 2) perusahaan yang memiliki kemauan tetapi tidak memahami program tanggung jawab sosial, dan 3) perusahaan yang kurang bertanggung jawab penuh terhadap tanggung jawab sosial (Tribunbisnis, 2016).

Perusahaan yang memiliki program tanggung jawab sosial pada umumnya telah memiliki komitmen yang tinggi dan telah memiliki manajer khusus di bidang tanggung jawab sosial. Perusahaan yang memiliki kemauan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial terkadang tidak memahami cara untuk mengimplementasikan kegiatan tanggung jawab sosial. Namun demikian, terdapat perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial tergantung permintaan dari pihak eksternal. Program tanggung jawab sosial yang dibentuk oleh perusahaan bertujuan agar terciptanya keseimbangan antara kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan. Perusahaan perlu memahami bahwa keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang tidak hanya melalui pencapaian target operasional dan keuangan.

Keberhasilan tersebut akan terwujud jika perusahaan mampu menjaga keseimbangan antara capaian kinerja ekonomi, kinerja sosial dan kinerja lingkungan. Program tanggung jawab sosial selanjutnya dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dan pemangku kepentingan lainnya serta dapat meningkatkan hubungan dengan para pemangku kepentingan.

Sejumlah perusahaan telah menghabiskan sumber daya yang signifikan untuk membuat kebijakan yang bertanggung jawab secara sosial (Yoon dan Lee, 2019). PT Sido Muncul, Tbk dan PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk adalah perusahaan yang memiliki program tanggung jawab sosial secara berkelanjutan tidak bersifat jangka pendek. PT Sido Muncul, Tbk memiliki program pemberdayaan masyarakat dengan nama program “Desa Rempah”. PT Sido Muncul, Tbk membentuk program pemberdayaan masyarakat ini dengan tujuan untuk meningkatkan kehidupan perekonomian masyarakat desa dengan memanfaatkan dan memaksimalkan lahan yang sudah ada, baik berupa lahan kosong, lahan yang tidak produktif maupun lahan produktif yang memungkinkan tumpangasari dengan ditanami tanaman obat. Pabrik PT Sido Muncul, Tbk membutuhkan bahan baku rempah sebesar 40 ton per hari. Dengan memberdayakan “Desa Rempah” di sekitar pabrik, dapat mengurangi mata rantai proses produksi. Oleh karenanya, proses distribusi akan semakin cepat dan murah sehingga produksi akan semakin cepat (Berita Satu, 2020)

PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk didukung oleh beberapa Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang meliputi petani, dan pemangku kepentingan

pertanian serta pengusaha makanan. Perusahaan memiliki program dan kemitraan dengan UKM untuk mendukung dan menyediakan pengembalian yang baik bagi UKM. Perusahaan telah membangun kemitraan strategis dengan petani pertanian lokal seperti kentang, cabai, singkong, bawang merah dan gula kelapa untuk menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang yang saling menguntungkan. Untuk membantu para petani meningkatkan produktivitas dan hasil mereka, perusahaan memberikan mereka pelatihan tentang praktik pertanian yang baik. Produk pertanian dibeli dari petani dengan harga yang wajar. Melalui kemitraan ini, perusahaan memastikan pasokan bahan baku untuk produksi dan memberikan keamanan ekonomi bagi para petani (Indofood CBP, 2020).

Perusahaan dengan ketersediaan sumber daya akan memilih untuk mengeluarkan sumber daya dengan cara baik dan dengan cara benar dan bahwa alokasi sumber daya ini kemungkinan akan meningkatkan kinerja tanggung jawab sosial. Jika suatu perusahaan lebih efektif daripada yang lain dalam melakukan investasi yang bertanggung jawab secara sosial, perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif (Peteraf & Barney, 2003). Hou (2018) menjelaskan bahwa terdapat efek positif dalam menciptakan nilai bisnis perusahaan yang berkelanjutan dalam meningkatkan relasi dengan pemangku kepentingan. Hal ini juga meningkatkan pentingnya penerapan dan strategi tanggung jawab sosial bagi perusahaan dalam menerjemahkan integrasi perilaku yang bertanggung jawab secara sosial dalam strategi bisnis.

Komunikasi perusahaan adalah sebuah bentuk yang meliputi semua cara yang digunakan perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan beragam pemangku kepentingan (Melewar, dan Karaosmanoglu, 2006). Dengan demikian, semua pesan yang berasal dari sebuah organisasi, segala sesuatu yang dihasilkannya dan seluruh kegiatan yang dilibatkannya, akan bertindak untuk membentuk persepsi pemangku kepentingan (Mathews, 1995).

Menganalisis kandungan komunikasi perusahaan, khususnya laporan tahunan perusahaan, telah dikaitkan dengan peramalan kesejahteraan perusahaan (Robertson, dan Nicholson, 1996). Manajemen termotivasi untuk melakukan pengungkapan tambahan sukarela dalam laporan tahunan karena mereka menginginkan untuk membangun atau meningkatkan legitimasi organisasi dengan target grup tertentu atau masyarakat umum (Mathews, 1995). Perusahaan di industri dengan persaingan yang ketat diekspektasi akan lebih fokus pada tanggung jawab sosial (Robertson dan Nicholson, 1996). Informasi dan analisis adalah hal penting bagi manajemen baik dalam kualitas dan tanggung jawab sosial (Tarí, 2011). Secara empiris jelas bahwa orang akan memiliki informasi yang berbeda. Informasi yang mereka miliki memengaruhi perilaku mereka dalam beberapa situasi (Auronen, 2003).

Gagasan bahwa perusahaan bisnis memiliki tanggung jawab kepada masyarakat di luar dari yang menghasilkan keuntungan untuk para pemegang saham telah ada selama berabad-abad (Carroll dan Shabana, 2010). Manajemen tanggung jawab sosial telah menjadi fokus perhatian dalam literatur penelitian

manajemen, khususnya dalam beberapa dekade. Perusahaan menghadapi tantangan dalam mempertimbangkan hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan dalam sebuah tahap baru, baik dalam menggabungkan dan mengimplementasikan tanggung jawab sosial ke dalam proses manajemen. Sejak munculnya pergerakan tanggung jawab sosial, hubungan antara perusahaan dan pemangku kepentingan telah menjadi subjek revisi dan restrukturisasi (Tanimoto, 2017).

Knox dkk, (2005) menjelaskan bahwa perusahaan yang lebih besar akan lebih mampu mengidentifikasi dan memprioritaskan pemangku kepentingannya, dan menghubungkan program tanggung jawab sosial dengan hasil bisnis dan sosial. Mirvis dan Googins (2006) menjelaskan bahwa para pemimpin bisnis di seluruh dunia menjadikan *corporate citizenship* sebagai prioritas utama bagi perusahaan mereka. Beberapa memperbarui kebijakan dan merevisi program; yang lain membentuk komite pengarah *citizenship*, mengukur kinerja lingkungan dan sosial mereka, dan mengeluarkan laporan publik. Perusahaan tertentu berusaha untuk menyelaraskan fungsi staf yang bertanggung jawab atas *citizenship* dan memindahkan tanggung jawab - dan akuntabilitas - ke dalam lini bisnis. Perusahaan pelopor mencoba menciptakan pasar yang lebih luas untuk *citizenship* dan menawarkan produk dan layanan yang secara eksplisit bertujuan untuk menghasilkan uang dan membuat dunia yang lebih baik.

Perusahaan dapat menjadi bertanggung jawab secara sosial dengan mematuhi hukum, serta dengan mengintegrasikan masalah sosial, lingkungan,

etika, konsumen, dan hak asasi manusia ke dalam strategi dan operasi bisnis mereka. Berbagai saluran memungkinkan komunikasi yang efektif dari upaya tanggung jawab sosial, termasuk laporan tanggung jawab sosial, laporan tahunan, situs web perusahaan (Dyduch dan Krasodomska, 2017; Liao dkk, 2017). Kesadaran dan ketertarikan publik terhadap masalah lingkungan dan sosial serta peningkatan perhatian di media massa telah mengakibatkan permintaan pengungkapan sosial yang lebih tinggi dari organisasi (Tagesson dkk, 2013). Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan informasi yang disampaikan ke publik dan bersifat sukarela. Menurut Frías-Aceituno dkk, (2014), pengungkapan tanggung jawab sosial memberikan informasi tentang strategi perusahaan, tata kelola perusahaan, kinerja dan prospek, sedemikian rupa untuk mencerminkan konteks komersial, sosial dan lingkungan di mana perusahaan beroperasi.

Kelonggaran (*slack*) dapat didefinisikan sebagai stok sumber daya yang tersedia untuk organisasi yang dapat dengan mudah dialihkan atau dipindahkan untuk mencapai tujuan organisasi (George, 2005; Voss dkk. 2008). Kelonggaran sumber daya (*slack resources*) memberikan respon yang cepat bagi perusahaan dalam menghadapi tekanan internal dan eksternal serta ketidakpastian lingkungan bisnis (Zhang dkk, 2018). Kelonggaran sumber daya diperlukan jika perusahaan akan meluncurkan produk atau layanan baru lebih awal daripada pesaing saat menghadapi perubahan lingkungan. Kelonggaran sumber daya sangat diperlukan untuk manajemen perusahaan. Dengan menggunakan kelonggaran sumber daya, perusahaan dapat mengelola krisis atau peluang internal atau eksternal yang tidak terduga dan menciptakan keunggulan kompetitif (Kim dkk, 2017). Kelonggaran

sumber daya memberikan dana diskresioner bagi perusahaan untuk mengejar proyek baru, meningkatkan proses, dan mengembangkan pasar baru. Penggunaan sumber daya ini secara efektif tergantung pada keputusan strategis perusahaan. Perencanaan strategis melibatkan proses pengambilan keputusan organisasi yang penting secara strategis yang sangat penting untuk pertumbuhan dan kinerja sebuah perusahaan (Simon, 1993).

Financial slack dapat dipahami sebagai sumber daya yang dapat digunakan organisasi untuk mengimplementasikan tindakan strategis yang mungkin berusaha untuk dilakukan dan sebagai penyangga yang melindungi perusahaan dari konsekuensi langsung kinerja (Kuusela dkk, 2020). Kinerja keuangan dianggap sebagai sumber potensi kelonggaran keuangan internal (Chakravarthy, 1986). Ahli teori kelonggaran sumber daya berpendapat bahwa kinerja keuangan yang lebih baik berpotensi menghasilkan kelonggaran sumber daya yang memberikan peluang bagi perusahaan untuk menggunakan sumber daya tersebut dalam domain kinerja sosial. Jika sumber daya tersebut tersedia, maka kinerja sosial yang lebih baik akan dihasilkan dari alokasi sumber daya ini ke dalam domain sosial, dan dengan demikian kinerja keuangan yang lebih baik akan menjadi penggerak tanggung jawab sosial yang lebih baik (Waddock dan Graves, 1997); Graafland dan Smid (2017).

Penelitian ini menggunakan teori kelonggaran sumber daya untuk menjelaskan bahwa perusahaan meningkatkan keterlibatan dalam aktivitas diskresioner, seperti tanggung jawab sosial, ketika ketersediaan sumber daya

keuangan meningkat. Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti akan menguji pengaruh positif antara kinerja keuangan perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial. Argumen ini didukung oleh penelitian sebelumnya yaitu Cochran and Wood (1984); Aupperle dkk, (1985); McGuire dkk, (1988); Waddock dan Graves (1997) dan Julian dan Ofori-Dankwa, (2013).

Direktur utama memainkan peran penting dalam pelaporan tanggung jawab sosial (Sauerwald dan Su, 2018). Direktur utama yang lebih cakap lebih bersedia untuk mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial yang sebanding dan berguna yang mendukung keterlibatan pemangku kepentingan (Sánchez dkk, 2019). Para direktur dipilih oleh para pemegang saham. Pemegang saham mengharapkan direktur untuk melaksanakan tanggung jawab mereka mewakili kepentingan terbaik pemegang saham dengan memberi nasihat dan memantau manajemen puncak (Li dan Roberts, 2017).

Grunig (1993) berpendapat bahwa Direktur Utama sebagai pemimpin puncak organisasi membantu mendefinisikan dan mewujudkan citra organisasi dan mempersonifikasikan organisasi kepada pemangku kepentingan internal dan eksternal. Menurut Ferris dkk, (2003) direktur yang sibuk dapat membantu perusahaan yang mereka layani melalui peningkatan peluang jaringan yang mereka sediakan, sehingga memungkinkan mereka untuk membentuk atau memperkuat hubungan kontrak yang menguntungkan dengan pemasok, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya. Clemens dkk, (2015) berpendapat

bahwa direktur dapat memperoleh pengalaman yang bermanfaat dengan menjabat di dewan direksi luar perusahaan yang relatif lebih besar.

Menurut Fich dan Shivdasani (2006), terlalu banyak jabatan direktur eksternal akan menyebabkan ketidakefektifan tata kelola perusahaan, sehingga membuktikan rasionalitas hipotesis kesibukan dan oleh karena itu, memberikan dukungan teoritis bagi otoritas regulasi untuk membatasi jumlah jabatan direksi secara bersamaan. Ferris dkk, (2003) menjelaskan adanya kritik dari investor institusional untuk perusahaan yang menunjuk direktur yang memegang jabatan direktur di banyak perusahaan, dengan alasan bahwa direktur tersebut tidak mampu secara efektif memantau pengelolaan begitu banyak perusahaan. Lu dkk, (2013) menyatakan bahwa dewan yang sibuk akan merugikan kinerja emiten dan membuktikan berlakunya *busyness hypothesis* di Cina.

Elyasiani dan Zhang (2015) menjelaskan bahwa direktur utama yang sibuk memiliki sisi positif dan negatif. Sisi positifnya, direktur yang sibuk berpotensi memiliki pengetahuan dan pengalaman yang berharga, berada dalam posisi yang lebih baik untuk memperoleh informasi baru, dan menikmati keuntungan reputasi. Sisi negatifnya, direktur yang sibuk mungkin tidak memiliki cukup waktu dan energi untuk memantau dan memberi nasihat kepada manajemen perusahaan. Kavitha dkk, (2019) menjelaskan bahwa perusahaan dengan direktur yang memiliki banyak jabatan direktur akan mengungkapkan lebih sedikit informasi. Abdelsalam dan Street (2007) menjelaskan bahwa perusahaan dengan direktur

yang memiliki rangkap jabatan di dewan lain menyampaikan informasi kurang tepat waktu.

Harymawan dkk (2019) menyatakan bahwa mayoritas Direktur Utama perusahaan di Indonesia terklasifikasi sibuk. Direktur Utama yang memiliki jabatan di luar perusahaan menjadi lebih sibuk dan tidak fokus serta kurang melakukan pengawasan terhadap aktivitas perusahaan. Komitmen manajemen puncak menentukan penerapan praktek tanggung jawab sosial secara menyeluruh (Mzembe dkk, 2016). Penelitian ini mengikuti penelitian Harymawan (2019) yang menggunakan argumen yang sama untuk kesibukan Direktur Utama di Indonesia. Penelitian ini juga menguji apakah pengaruh positif antara kinerja keuangan perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial lebih lemah di perusahaan dengan Direktur Utama yang sibuk.

Fisman (2001) menjelaskan bahwa perusahaan yang terkoneksi politik diyakini memiliki manfaat untuk beberapa perusahaan. Keuntungan yang diperoleh perusahaan yang terkoneksi politik misal perlakuan istimewa oleh perusahaan milik pemerintah, perpajakan yang lebih ringan, perlakuan istimewa dalam persaingan untuk kontrak pemerintah, dan sebagainya (Faccio, 2006). Pendapat peneliti lain menyatakan bahwa perusahaan yang terkoneksi politik mengalami peningkatan pengawasan. Mo dan Jiang (2020) menjelaskan bahwa Cina saat ini memasuki tahap normal baru, adanya tekanan ke bawah pada pembangunan ekonomi semakin meningkat, dan gagal bayar hutang perusahaan sering terjadi. Karena perusahaan yang bermasalah secara finansial tidak dapat

memenuhi kewajibannya sesuai dengan kontrak hutang sebelumnya, mereka biasanya aktif mengkoordinasikan renegotiasi hutang agar dapat bertahan dan terus berkembang. Dengan kata lain, restrukturisasi hutang merupakan langkah yang efektif bagi perusahaan yang tertekan untuk mengurangi tekanan hutang, meningkatkan kinerja bisnis, dan kemudian menyingkirkan likuidasi atau bahkan kebangkrutan. Bagi perusahaan, dampak langsung dari restrukturisasi utang adalah meredakan krisis utang dan keluar dari kesulitan keuangan. Pemerintah Cina sering memainkan peran penting dalam bisnis dengan mengambil bagian di perusahaan dan menunjuk eksekutif senior dengan latar belakang pemerintahan. Oleh karenanya, perusahaan yang terkoneksi politik memperoleh manfaat pada saat perusahaan akan melakukan restrukturisasi hutang perusahaan. Menurut Tee (2020) koneksi politik adalah penentu utama dalam aktivitas perataan laba.

Sun dan Ai (2019) menjelaskan meskipun koneksi politik memfasilitasi kepercayaan dan informasi serta pertukaran sumber daya antara pemerintah dan perusahaan lokal, mereka terkadang juga menjadi beban timbal balik bagi manajer dan dapat menjadi bumerang dalam operasi internasionalisasi. Perusahaan yang terkoneksi politik cenderung akan dipantau oleh pemerintah dan pihak ketiga. Adanya pengawasan yang lebih ekstensif akan membuat perusahaan-perusahaan dengan koneksi politik cenderung menghindari kegiatan yang memberikan risiko terhadap perusahaan (Chaney dkk, 2010).

Latupeirissa dan Adhariani (2020) menjelaskan bahwa perusahaan dengan koneksi politik akan lebih berinovasi. Semakin kuat koneksi perusahaan, semakin

tinggi tingkat *eco-innovation*. Hal ini dapat terjadi karena perusahaan yang memiliki koneksi politik memiliki peluang untuk mendapatkan subsidi yang lebih banyak dan lebih besar. Di bawah peraturan lingkungan Indonesia, terdapat ketentuan yang mewajibkan perusahaan untuk mengelola limbahnya. Mereka terpaksa harus mengeluarkan biaya tinggi untuk pengelolaan sampah yang sesuai standar. Ini bisa menjadi alasan perusahaan dengan koneksi politik lebih patuh. Dicko dkk, (2019) menjelaskan bahwa perusahaan yang terkoneksi politik melakukan pengungkapan sukarela yang lebih luas dibandingkan perusahaan yang tidak terkoneksi politik. Penelitian ini juga menguji apakah pengaruh positif antara kinerja keuangan perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial lebih kuat di perusahaan yang terkoneksi politik.

Penelitian ini menarik untuk dilakukan dikarenakan perusahaan-perusahaan menengah hingga perusahaan besar yang beroperasi di Indonesia wajib mengalokasikan anggaran perusahaan untuk kegiatan tanggung jawab sosial. Praktek tanggung jawab sosial juga telah diatur di dalam Undang-Undang tentang Perseroan Terbatas tahun 2007 yang dilengkapi dengan Peraturan Pemerintah tahun 2012. Kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan disajikan di dalam pengungkapan sukarela yang tersedia di laporan tahunan perusahaan. Beberapa perusahaan dengan sangat baik dan rinci memberikan informasi tentang tanggung jawab sosial, terlebih bagi perusahaan yang telah melakukan tanggung jawab sosial secara berkelanjutan. Disisi lain, beberapa perusahaan menyajikan secara singkat informasi tanggung jawab sosial, dan beberapa program tanggung jawab sosial lebih bersifat jangka pendek. Perusahaan

yang memiliki kinerja keuangan yang baik akan menghasilkan kelonggaran sumber daya bagi perusahaan. Kelonggaran sumber daya ini dapat pula dialokasikan di dalam domain sosial. Oleh karenanya, kinerja keuangan perusahaan dapat digunakan sebagai indikator pengungkapan tanggung jawab sosial baik dalam luas dan isi pengungkapannya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas, rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kinerja keuangan perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial?
2. Apakah perusahaan yang memiliki Direktur Utama yang sibuk akan memperlemah pengaruh kinerja keuangan perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
3. Apakah perusahaan yang terkoneksi politik memperkuat pengaruh kinerja keuangan perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Menguji dan menganalisis kinerja keuangan perusahaan dalam memengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial.

2. Menguji dan menganalisis perusahaan yang memiliki Direktur Utama yang sibuk cenderung akan memperlemah pengaruh kinerja keuangan perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
3. Menguji dan menganalisis perusahaan yang terkoneksi politik cenderung akan memperkuat pengaruh kinerja keuangan perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan beberapa kontribusi:

1. Penelitian ini berkontribusi terhadap literatur tanggung jawab sosial dengan menguji dampak kinerja keuangan perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial.
2. Fokus penelitian ini adalah konteks pengaruh kinerja keuangan perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia.
3. Penelitian ini memperluas literatur sebelumnya dengan menguji peran moderasi kesibukan Direktur Utama dan koneksi politik, terhadap pengaruh kinerja keuangan perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial.