

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjelaskan bahwa perusahaan harus dapat bertanggung jawab baik secara ekonomi maupun sosial dan lingkungan dalam menjalankan bisnisnya (Golob & Bartlett, 2007; Lawrence dkk., 2013; Gray dkk., 1987). Saat ini, keberhasilan perusahaan tidak hanya dilihat pada keberhasilan ekonominya saja (Shahin & Zairi, 2007), melainkan perusahaan harus terampil menyeimbangkan kepentingan berbagai pemangku kepentingan (Jamali dkk., 2008). Perusahaan tidak hanya harus memenuhi kebutuhan pemegang sahamnya untuk memaksimalkan laba, tetapi juga harus memenuhi kebutuhan *stakeholders* lainnya, seperti pelanggan, karyawan, pemasok, pesaing, dan pemerintah (Hannan & Freeman, 1984). Bentuk tanggungjawab perusahaan tersebut dituangkan dalam berbagai aktivitas CSR yang diungkapkan pada laporan keberlanjutan atau laporan tahunan. Dengan demikian, pengungkapan CSR dapat menjadi upaya strategis perusahaan dalam menjembatani kepentingan perusahaan dan *stakeholders* (Raufflet dkk., 2014).

Pengungkapan CSR merupakan cara penting untuk meningkatkan transparansi (Kaymak & Bektas, 2017), akuntabilitas (Ferrero-Ferrero dkk., 2013), reputasi (Aguilera-Caracuel & Guerrero-Villegas, 2017), legitimasi perusahaan (Martínez-Ferrero & Garcia-Sanchez, 2016), kesadaran tentang praktik lingkungan dan sosial perusahaan (Chang dkk., 2017), serta kinerjanya (Michelon dkk., 2015).

Dalam praktiknya, pengungkapan CSR masih menunjukkan kuantitas dan kualitas informasi yang rendah, khususnya untuk negara-negara berkembang (Katmon dkk., 2017). Berdasarkan penelitian *Centre for Governance, Institutions, and Organizations* dari *National University of Singapore* (NUS) yang dilakukan oleh Loh dkk. (2018), kualitas pengungkapan CSR di Indonesia lebih rendah bila dibandingkan dengan Filipina, Malaysia, Singapura dan Thailand. Indonesia memiliki nilai 53,6%, sedangkan Filipina, Malaysia, Singapura dan Thailand memiliki nilai 56,3%, 64,5%, 61,7%, dan 60,0%. Ini menunjukkan bahwa pemahaman perusahaan-perusahaan di Indonesia terhadap praktik pengungkapan CSR masih rendah.

Melihat masih rendahnya pengungkapan CSR, pemerintah telah melakukan berbagai inisiatif guna meningkatkan kesadaran pelaku bisnis terkait CSR. Salah satunya yaitu pemerintah Republik Indonesia telah mengeluarkan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, dimana pada Pasal 74 dijelaskan bahwa semua perusahaan yang berbentuk perseroan terbatas yang beroperasi dan/atau berhubungan langsung dengan sumber daya alam harus mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Undang-undang tersebut berlaku untuk semua perusahaan baik pemerintah, perusahaan swasta domestik maupun asing. Selain itu, juga terdapat inisiatif dari Pusat Pelaporan Keberlanjutan Nasional untuk memberikan penghargaan pada entitas yang menerbitkan laporan keberlanjutan melalui *Indonesia Sustainability Reporting Award* (ISRA). Tidak hanya itu, Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan menerbitkan peraturan No. XK6 Tahun 2006 yang mengharuskan semua perusahaan terbuka untuk mengungkapkan

aktivitas dan biaya yang berkaitan dengan CSR perusahaan dalam laporan keuangannya. Dengan begitu diharapkan bahwa pengungkapan CSR oleh perusahaan akan semakin meningkat.

Upaya lain yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pengungkapan CSR adalah memperkuat tata kelola perusahaan. Dalam tata kelola perusahaan, direktur utama memegang peran kunci untuk memastikan bahwa perusahaan dapat memenuhi tujuan pengungkapan CSR (Mackenzie, 2007; Waldman dkk., 2006). *Chief Executive Officer* (CEO) merupakan pimpinan tertinggi dalam manajemen perusahaan yang memiliki tanggung jawab dalam membuat kebijakan dan strategi untuk mencapai tujuan organisasi, mengawasi dan memprediksi kondisi bisnis secara internal dan eksternal, serta mengambil keputusan di dalam organisasi (Ruigrok dkk., 2006; Daft, 2010; Hillman & Dalziel, 2003). Berdasarkan teori *upper echelons* yang dijelaskan oleh Hambrick dan Mason (1984), CEO berperan penting dalam alokasi sumber daya dan pengambilan keputusan strategis, khususnya yang terkait dengan CSR. Dengan demikian, karakteristik CEO memiliki hubungan dengan pengungkapan CSR perusahaan.

Dalam penelitian ini, karakteristik CEO yang dipertimbangkan meliputi kesibukan, *tenure*, dan frekuensi rapat CEO. Kesibukan CEO menjadi isu penting yang menarik di Indonesia, dimana lebih dari 50% CEO perusahaan terbuka di Bursa Efek Indonesia memiliki beberapa jabatan di perusahaan lain (Harymawan dkk., 2019). Kesibukan CEO dapat dilihat melalui banyaknya jabatan yang dimiliki (Ferris dkk., 2003; Fich & Shivdasani, 2006). Dalam penelitian ini, ambang batas CEO yang sibuk adalah jika memiliki dua atau lebih jabatan, yang sesuai dengan

konteks CEO di Indonesia (Harymawan dkk., 2019). Terdapat dua aliran pemikiran dalam penelitian terkait kesibukan CEO. Pemikiran yang pertama didasarkan pada reputasi CEO, keahlian, dan modal manusia. Jumlah jabatan dewan perusahaan lain yang dimiliki oleh seorang direktur perusahaan menunjukkan kualitas reputasi mereka. CEO dengan reputasi yang baik akan memperoleh peluang yang lebih besar dalam mendapatkan posisi tambahan di perusahaan lain karena mereka dapat mengakses sumber daya kritis yang memberikan keuntungan bagi perusahaan, melalui inovasi-inovasi yang dapat meningkatkan manfaat keberlanjutan kompetitif (Johnson & Greening, 1999; Shropshire, 2010; Carpenter & Westphal, 2001), dapat memitigasi ketidakpastian yang dihadapi perusahaan dan lebih mudah memperoleh sumber daya yang meningkatkan nilai bagi perusahaan (Daily & Dalton, 1994; De Villiers dkk., 2011).

Aliran pemikiran yang kedua menjelaskan bahwa banyaknya jabatan direktur dapat menjadi suatu sinyal atau tanda dari adanya kesibukan. CEO yang sibuk tidak akan memiliki energi dan waktu yang cukup untuk tetap fokus dalam tugas utamanya untuk mengelola dan menetapkan strategi, sehingga aktivitas perusahaan akan terganggu (Cashman dkk., 2012). Beberapa penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa rasio *market to-book-value* dan *return on assets* perusahaan yang memiliki direktur yang sibuk tergolong lebih rendah (Fich & Shivdasani, 2006), kinerja operasinya juga tergolong lebih rendah (Core dkk., 1999; Jiraporn dkk., 2009), dan CEO yang sibuk tidak mampu mengidentifikasi peluang CSR yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan (Mallin & Michelon, 2011; Di Pietra dkk., 2008). Ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang memiliki CEO yang sibuk

cenderung mengabaikan tanggung jawabnya dalam menyusun strategi dan melakukan pengungkapan CSR. Dengan menggunakan *setting* di Indonesia, di mana CEO yang sibuk tidak dapat memfokuskan perhatian yang sesuai untuk operasi perusahaan mereka (Harymawan dkk., 2019), maka penelitian ini mengharapkan efek negatif dari kesibukan CEO lebih kuat sehingga mengeruhkan potensi dampak positif dari reputasi, keahlian, dan sumber daya CEO.

Selain banyaknya jabatan, *tenure* CEO juga merupakan karakteristik yang perlu dipertimbangkan. *Tenure* CEO dapat menunjukkan bagaimana pengalaman kerja dan penguasaan terhadap pekerjaan yang dimiliki oleh CEO. Berdasarkan Peraturan OJK No.33/Pojk.04/2014 tentang Direksi dan Dewan Komisaris Emiten atau Perusahaan Publik, dijelaskan bahwa masa jabatan direktur utama dan dewan direksi lainnya paling lama adalah lima tahun. Ini menjelaskan bahwa jangka waktu lima tahun adalah waktu yang tepat untuk mengukur pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki CEO terhadap perusahaan. Masa jabatan CEO yang lebih lama dapat menimbulkan masalah bagi perusahaan, dikarenakan CEO akan menjadi kurang *open-minded*, sulit untuk berubah, tidak fleksibel, dan cenderung takut untuk mengambil resiko (Hambrick dkk., 1993). Selain itu, CEO dengan *tenure* yang lebih panjang juga cenderung mengalami masalah konflik keagenan, sehingga mungkin tidak tertarik untuk berinvestasi dalam inisiatif CSR (Muttakin dkk., 2018), cenderung menghasilkan jumlah pengungkapan sosial perusahaan yang lebih rendah, karena hubungan jangka panjang menciptakan keengganan untuk memperkenalkan kontroversi, akibatnya dapat merusak keberlanjutan jangka panjang perusahaan (Handajani dkk., 2014; Hafsi & Turgut, 2012).

Di sisi lain, semakin lama masa jabatan CEO, maka pengalaman, pengetahuan, dan keahlian yang dimiliki juga akan semakin komprehensif, sehingga dapat menghasilkan kinerja sosial perusahaan yang lebih baik (Hafsi & Turgut, 2013). Direktur akan menjadi lebih kritis dalam menghadapi berbagai macam situasi apabila sudah lama berada dalam perusahaan (Bebchuk & Fried, 2005). Krüger (2009) menjelaskan bahwa pengalaman kerja yang lama menyebabkan CEO mampu menetapkan dan mengambil keputusan strategis yang tepat terkait dengan pengungkapan CSR. *Tenure* yang lebih panjang juga dapat meningkatkan aktivitas inovatif, kreativitas, dan keahlian dalam menghasilkan pengambilan keputusan yang efektif tentang pengungkapan CSR (Khan dkk., 2019). Ini membuktikan bahwa CEO dengan *tenure* yang lebih panjang dapat mengambil keputusan lebih baik dan akan lebih berkomitmen pada pengungkapan CSR untuk meningkatkan reputasi dan kepercayaan *stakeholders* (Harjoto dkk., 2015; Huang, 2013; Katmon dkk., 2017). Dengan demikian, penelitian ini mengharapkan *tenure* CEO berhubungan positif dengan pengungkapan CSR perusahaan.

Karakteristik lain yang perlu dipertimbangkan adalah komitmen dan tanggung CEO di dalam perusahaan yang tercermin dalam frekuensi rapatnya. Keputusan yang dibuat oleh CEO dapat dipengaruhi oleh jumlah frekuensi rapat yang diadakan (Rutherford & Buchholtz, 2007). Namun, tidak selamanya rapat dewan berjalan efektif. Beberapa penelitian gagal menemukan hubungan antara frekuensi rapat dengan praktik pengungkapan CSR, karena dewan perusahaan mungkin terlalu pasif dan memiliki fokus yang buruk pada tanggung jawabnya

(Adawi & Rwegasira, 2011; Birindelli dkk., 2018). Selain itu, pertemuan atau rapat tambahan menghasilkan biaya koordinasi yang lebih tinggi, sehingga sejumlah besar pertemuan dapat menyebabkan efek penilaian negatif terhadap pengungkapan CSR (Dienes & Velte, 2016).

Di sisi lain, terdapat beberapa pandangan positif yang menjelaskan hubungan antara frekuensi rapat dengan pengungkapan CSR. Enric Ricart dkk. (2005) menemukan bahwa jumlah rapat dewan mewakili berbagai kegiatan terkait perencanaan strategis perusahaan, proses pengambilan keputusan, akuntabilitas dan distribusi sumber daya. Rapat dewan juga dapat memfasilitasi pertukaran informasi di antara para direktur sehingga meningkatkan kinerja berkelanjutan (Laksmna, 2008). Rapat dewan yang lebih sering dapat meningkatkan pengungkapan CSR karena berfungsi sebagai media untuk membahas solusi-solusi yang dapat dilakukan dalam menghadapi kesulitan-kesulitan terkait dengan inisiatif pelaksanaan CSR dan konsep CSR yang terus berubah (Giannarakis, 2014). Ini membuktikan bahwa frekuensi rapat CEO yang tinggi dapat membantu mengatasi berbagai masalah dalam pengungkapan CSR.

Berdasarkan penjelasan di atas, menganalisis hubungan antara kesibukan, *tenure*, dan frekuensi rapat CEO terhadap pengungkapan CSR menarik untuk dilakukan. Penelitian ini dimotivasi oleh keterbatasan dalam literatur penelitian terkait dengan kesibukan CEO dan CSR, serta perdebatan atau ketidakkonsistenan hasil penelitian terkait dengan *tenure* dan frekuensi rapat CEO dan CSR. Kebaruan dalam penelitian ini adalah menggunakan variabel kesibukan CEO, dengan proksi yang sesuai dengan konteks CEO di Indonesia, yang belum pernah digunakan

dalam penelitian sebelumnya terkait dengan pengungkapan CSR. Selanjutnya, penelitian ini juga menggunakan empat jenis indeks GRI dalam mengukur pengungkapan CSR. Penelitian ini adalah penelitian pertama yang menganalisis hubungan antara kesibukan, *tenure*, dan frekuensi rapat dari CEO dengan pengungkapan CSR perusahaan secara bersama-sama.

Kesibukan CEO, *tenure* CEO, dan frekuensi rapat CEO merupakan variabel independen dalam penelitian ini, sedangkan pengungkapan CSR merupakan variabel dependen. Penelitian ini menggunakan sampel seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan terdaftar dalam *database Global Reporting Initiative* (GRI) untuk periode 2010-2018. Teknik analisis data dan metode pengujian hipotesis dilakukan menggunakan software STATA 15.0. Hasil dalam penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan sebagai pertimbangan dalam pemilihan atau pengangkatan CEO. Ketika merekrut CEO, penting bagi perusahaan untuk memahami komitmen di luar perusahaan yang dimiliki CEO dan apakah mereka dapat mencurahkan cukup perhatian pada posisi mereka. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi pemegang saham dalam pembuatan keputusan terkait dengan evaluasi kinerja direksi dan bagi lembaga pemeringkat CSR serta forum tanggung jawab sosial badan usaha dalam memahami, menilai, dan memprediksi pengungkapan CSR perusahaan. Lebih lanjut, penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas pengetahuan terkait tata kelola perusahaan dan keberlanjutan perusahaan, serta dapat mendukung teori *upper echelons*.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah kesibukan CEO berhubungan dengan pengungkapan CSR perusahaan?
2. Apakah *tenure* CEO berhubungan dengan pengungkapan CSR perusahaan?
3. Apakah frekuensi rapat CEO berhubungan dengan pengungkapan CSR perusahaan?
4. Apakah kesibukan, *tenure*, dan frekuensi rapat CEO berhubungan dengan pengungkapan CSR perusahaan?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mendapatkan bukti empiris bahwa kesibukan CEO berhubungan negatif dengan pengungkapan CSR perusahaan
2. Untuk mendapatkan bukti empiris bahwa *tenure* CEO berhubungan positif dengan pengungkapan CSR perusahaan
3. Untuk mendapatkan bukti empiris bahwa frekuensi rapat CEO berhubungan positif dengan pengungkapan CSR perusahaan.
4. Untuk mendapatkan bukti empiris bahwa kesibukan, *tenure*, dan frekuensi rapat CEO berhubungan dengan pengungkapan CSR perusahaan.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Manfaat Teoretis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan dan menjadi sumber referensi untuk penelitian selanjutnya terkait dengan kesibukan, *tenure*, dan frekuensi rapat CEO, serta pengungkapan CSR perusahaan.

### **1.4.2. Manfaat Praktis**

#### 1. Bagi Perusahaan.

Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat ketika akan memilih/mengangkat CEO, sebagai pertimbangan dalam menentukan tanggung jawab dan peran CEO, serta dalam penyusunan strategi bisnis terkait keberlanjutan perusahaan.

#### 2. Bagi Pemegang Saham.

Penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan terkait dengan evaluasi kinerja direksi, melalui pembatasan pada kesibukan dan masa jabatan CEO.

#### 3. Bagi Lembaga Pemeringkat CSR dan Forum Tanggung Jawab Sosial Badan Usaha.

Penelitian ini dapat memberikan pertimbangan dalam memahami, menilai, dan memprediksi pengungkapan CSR perusahaan, dimana karakteristik CEO menjadi faktor penting dalam memprediksi tingkat pengungkapan CSR perusahaan.

### 1.5. Lingkup Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui berbagai sumber yang sudah ada, meliputi website Bursa Efek Indonesia, *database Global Reporting Initiative*, dan *database ORBIS*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan antara kesibukan, *tenure*, dan frekuensi rapat CEO dengan pengungkapan CSR pada seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI dan terdaftar dalam *database GRI* untuk periode 2010-2018. Penelitian ini dimotivasi oleh isu penting yang sedang terjadi di Indonesia, dimana lebih dari 50% CEO perusahaan terbuka di Bursa Efek Indonesia memiliki beberapa jabatan di perusahaan lain (Harymawan dkk., 2019). Dalam menguji hipotesis, penelitian ini menggunakan metode analisis regresi *ordinary least square (OLS)* dengan menggunakan software STATA 15.0. Selanjutnya, dasar teori yang mendasari penelitian ini adalah teori *upper echelons* yang menjelaskan tentang hubungan karakteristik CEO dengan pengungkapan CSR perusahaan.

### 1.6. Sistematika Tesis

Sistematika tesis terdiri dari lima bab yang saling berhubungan, antara lain:

#### BAB 1 PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah yang diangkat yaitu hubungan kesibukan, *tenure*, dan frekuensi rapat CEO dengan pengungkapan CSR, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, lingkup penelitian, dan sistematika penulisan tesis.

## BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Berisi landasan teori yang dijadikan acuan, seperti *upper echelons theory* dan teori lain yang mendukung penelitian, ringkasan hasil penelitian sebelumnya, kerangka konseptual, dan paragraf pengembangan hipotesis.

## BAB 3 METODE PENELITIAN

Berisi deskripsi mengenai pendekatan penelitian, definisi dan pengukuran variabel, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, prosedur pengumpulan data, dan teknik analisis, serta kriteria pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian.

## BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi penjelasan mengenai gambaran umum subjek dan objek penelitian, hasil analisis univariat dan multivariat, analisis tambahan, serta diskusi dan pembahasan hasil penelitian yaitu hubungan kesibukan, *tenure*, dan frekuensi rapat CEO dengan pengungkapan CSR perusahaan.

## BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

Berisi simpulan hasil pengujian mengenai hubungan kesibukan, *tenure*, dan frekuensi rapat CEO dengan pengungkapan CSR perusahaan, serta saran dan keterbatasan dalam penelitian yang berguna bagi penelitian di masa depan.