

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Sektor energi adalah segala kegiatan usaha penyediaan energi yang terdiri dari eksplorasi dan ekstraksi sumber daya energi; transformasi sumber daya energi menjadi energi; transmisi dan distribusi energi baik energi terbarukan maupun tak terbarukan (Sari, 2020). Sektor energi merupakan salah satu sektor yang memiliki saham yang terdaftar di BEI. Terdapat 83 perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI hingga tahun 2023. Sektor energi yang terdaftar di dalam BEI terdiri dari beberapa jenis, yaitu pertambangan batu bara, minyak & gas bumi, energi terbarukan, dan layanan & infrastruktur energi. Sektor energi yang terdaftar dalam BEI memiliki diversifikasi bagaimana kondisi industri energi di Indonesia, dimulai dari sektor energi yang menggunakan sumber energi konvensional hingga alternatif yang lebih ramah lingkungan yang searah dengan kebutuhan dan perkembangan pasar energi global.

Menurut Presiden Republik Indonesia ke-7 Joko Widodo, Pendapatan Negara Bukan Pajak (PNBP) yang diterima negara Indonesia dari Sektor Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM) selama 10 tahun mencapai kurang lebih sejumlah Rp1.800 triliun. Jokowi menyatakan pada tahun 2022 PNBP yang dicapai yaitu Rp348 triliun, sedangkan tahun 2023 mencapai sejumlah Rp229 triliun. Sektor ESDM tersebut memiliki peluang besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional (Rachman, 2024). Dari kontribusi tersebut, penulis memilih perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI pada periode 2018-2023 sebagai objek penelitian ini.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen bisnis untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup karyawan, komunitas lokal, dan masyarakat luas. Konsep CSR melibatkan kemitraan yang bertanggung jawab antara pemerintah, dunia usaha, dan komunitas lokal yang aktif dan dinamis (Wijayanti et al., 2023). *Corporate Social Responsibility* merupakan sebuah bentuk pertanggungjawaban sosial perusahaan yang berpijak pada konsep *triple bottom line* yaitu *profit* (keuntungan), *people* (masyarakat), *planet* (lingkungan). Perusahaan menyadari bahwa fokus utama bukan hanya profit atau keuntungan melainkan perusahaan harus lebih memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan yang secara tidak langsung berdampak pada keberlanjutan usaha (Sri Ardani & Mahyuni, 2020). Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dipandang sebagai suatu kerangka strategis yang membantu mengidentifikasi nilai-nilai organisasi dan mendorong keberlanjutan melalui praktik internal maupun eksternal (Winarno et al., 2024).

Sesuai dengan teori *stakeholder* yang dikemukakan oleh Freeman (1984), menurut Dermawan (2024:237), pembangunan hubungan yang berkelanjutan dengan pemangku kepentingan (*stakeholder*) merupakan aspek kritis dalam perencanaan bisnis yang berfokus pada etika bisnis dan tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial tidak hanya sekedar memberikan komitmen perusahaan untuk mencari keuntungan ekonomi, tetapi juga sebagai motor penggerak menuju keberlanjutan jangka panjang, membangun hubungan yang kokoh dengan pemangku kepentingan, dan membuktikan bahwa kesuksesan bisnis tidak hanya tentang keuntungan, melainkan juga tanggung jawab dan dampak positif yang tahan lama pada masyarakat dan lingkungan (Dermawan, 2024:238).

Hingga pada tahun 1990-an, konsep CSR semakin formal dengan berdirinya panduan dan standar seperti *Global Reporting Initiative* (GRI), yang memberikan panduan agar perusahaan melaporkan aktivitas CSR mereka secara

lebih transparan. CSR pun menjadi elemen penting dalam startegi bisnis suatu perusahaan, dimana perusahaan tidak hanya fokus mendapatkan keuntungan tetapi juga apa dampak yang mereka berikan terhadap lingkungan dan sosial sekitar. Dalam beberapa dekade terakhir, munculnya isu-isu global seperti perubahan iklim, ketidaksetaraan sosial, ekonomi, dan keberlanjutan, mendorong perusahaan untuk mengadopsi CSR sebagai bagian dari upaya mereka untuk beradaptasi dengan harapan publik dan regulasi. Hal ini berkaitan dengan teori *stakeholder*. Setiadi dan Nurwati (2022) menyatakan bahwa, menurut teori ini, bisnis tidak dapat beroperasi secara independen dari masalah sosial dan lingkungan ketika melakukan bisnis. Untuk mengelola lingkungan secara efektif dan menjaga hubungan positif dengan para pemangku kepentingannya, bisnis harus menumbuhkan dan menumbuhkan rasa kepedulian dan komitmen terhadap perusahaan.

Terdapat dasar hukum Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Undang-undang tersebut menyatakan bahwa diwajibkan perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam, untuk melakukan tanggung jawab dan sosial. Adapun dinyatakan dalam Pasal 66 ayat 2c Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007, dimana laporan tahunan harus memuat sekurang-kurangnya laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan berlakunya regulasi tersebut, maka dapat dipahami bahwa perusahaan memiliki kewajiban untuk melaporkan tanggung jawab sosial dan lingkungan, terutama dalam perusahaan yang bidang kegiatan operasionalnya berkaitan dengan sumber daya alam, salah satunya seperti sektor energi. Bisa dipahami bahwa diharapkan sektor energi tersebut dapat memenuhi kewajibannya dalam mengungkapkan laporan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunannya. Berdasarkan uraian tersebut, terdapat fenomena yang ditemukan dari hasil temuan riset yang diberitakan *CNN Indonesia* pada Juli 2016. Riset tersebut dilakukan oleh *Research Centre for Governance, Institutions, and Organizations National University of Singapore* (NUS) dengan melakukan studi terhadap 100 perusahaan di empat negara yakni Indonesia, Malaysia,

Singapura, dan Thailand. Dari hasil riset, meskipun dari empat negara tersebut memiliki tingkat pelaporan yang tinggi, tetapi jika dilihat dari kualitasnya, praktik CSR jauh lebih baik diimplementasikan oleh perusahaan-perusahaan Singapura dan Thailand, dibandingkan dengan Indonesia dan Malaysia (Suastha, 2016).

Adapun fenomena yang ditemukan dari salah satu perusahaan yang bergerak di sektor energi, yaitu PT Pertamina. Terjadi tumpahan minyak di teluk Balikpapan, Kalimantan Timur. Tumpahan ini berasal dari pipa bawah laut milik PT Pertamina yang mengalirkan minyak dari Terminal Lawe-lawe ke kilang (*refinery*). Pipa tersebut mengalami kerusakan atau putus, sehingga minyak bocor ke laut. Tumpahan minyak mentah ini mengotori area yang diperkirakan seluas 7.000 hektar, dengan panjang pantai yang terdampak pada sisi Kota Balikpapan dan Kabupaten Penajam Paser Utara yang mencapai 60 kilometer. Selain merusak mangrove dan biota laut, kejadian tersebut menewaskan 5 korban (Arumingtyas, 2018).

Fenomena lain juga terjadi pada perusahaan sektor energi, yaitu PT Kalimantan Industrial Park Indonesia, yang merupakan anak dari perusahaan PT Adaro Indonesia. PT KIPI merupakan proyek industri besar yang diklaim sebagai kawasan industri hijau. PT KIPI membangun kawasan industri yang sedang di bangun di pulau tropis Kalimantan, Borneo, yang menarik perhatian investasi asing dan domestik. Namun, laporan penilaian dampak lingkungan yang ditugaskan oleh PT Kalimantan Industrial Park Indonesia, menguraikan pada wilayah operasi mereka yang seluas 15.000 hektar, yaitu ditemukan gumpalan debu membumbung ke langit di sepanjang laut Sulawesi saat peralatan berat beroperasi menebang pohon dan meratakan sawah. Meskipun ada rencana untuk beralih ke energi terbarukan seperti tenaga air dan surya di masa depan, penggunaan awal batu bara sudah menimbulkan kekhawatiran di kalangan investor internasional, dengan beberapa di antaranya menarik pendanaan dari proyek ini. Pembangunan PT KIPI ini berdampak negatif terhadap lingkungan, termasuk rusaknya habitat spesies langka seperti penyu hijau, penyu sisik, dan paus pembunuh. Selain itu, masyarakat lokal yang

bergantung pada pertanian dan perikanan tradisional khawatir kehilangan mata pencaharian mereka akibat dari proyek ini. Salah satu nelayan menyatakan ia mencari ikan jauh dari pantai karena banyak sekali kapal yang mengakibatkan ikan berenang menjauh (Milko, 2023).

Pengungkapan CSR dipengaruhi oleh banyak faktor. Menurut Nazar dan Istiqomah (2022), Laksmi dan Hanin (2022), dan Marina et al., (2024), beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah Profitabilitas, *Green Accounting*, dan *Media Exposure*. Oleh karena itu, faktor-faktor tersebut akan menjadi bahan yang akan diteliti oleh penulis. Faktor pertama dalam penelitian ini adalah profitabilitas. Menurut Fitriana (2024:45), rasio profitabilitas adalah rasio perbandingan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba dari pendapatan yang terkait dengan penjualan, aset, dan ekuitas. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan diharapkan lebih peduli terhadap permasalahan lingkungan dan sosial karena tingginya keuntungan yang diperoleh perusahaan juga berasal dari kegiatan operasional yang melibatkan pemangku kepentingan (Agnes, 2023). Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility disclosure*, berdasarkan penelitian Suzan dan Fairy (2023), menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR, disebabkan banyak perusahaan dengan profitabilitas rendah justru mengungkapkan lebih banyak informasi pengungkapan CSR yang dimungkinkan karena faktor lain. Sedangkan Mahalistian dan Yuliandhari (2021) menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, disebabkan perusahaan dengan keuntungan besar maka akan lebih leluasa dalam mengungkapkan CSR. Adapun pendapat yang sama diungkapkan oleh Agnes (2023) menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, disebabkan semakin tinggi profitabilitas, maka manajer semakin termotivasi untuk memberikan informasi yang lebih rinci, termasuk kebebasan dan fleksibilitas untuk menunjukkan dan mempertanggungjawabkan seluruh

program sosialnya. Hal ini dikarenakan manajer ingin meyakinkan investor mengenai profitabilitas perusahaan.

Kemudian faktor kedua yaitu *Green Accounting*. Penerapan *Green Accounting* berarti perusahaan memasukkan biaya lingkungan ke dalamnya laporan keuangan perusahaan sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap lingkungan hidup permasalahan baik yang timbul dari kegiatan operasional maupun kegiatan non operasional perusahaan (Agnes, 2023). Apabila suatu perusahaan menggabungkan informasi mengenai lingkungan dan operasi berkelanjutan dalam laporan keuangannya, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut sangat prihatin terhadap kelestarian lingkungan (Pratama et al., 2024). Beberapa penelitian terkait pengaruh *Green Accounting* terhadap pengungkapan CSR juga sudah dilakukan, Mustofa et. al (2020) menyatakan bahwa *Green Accounting* memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, hal ini disebabkan dari tahun ke tahunnya semakin banyak Bank Umum Syariah yang memberikan informasi mengenai aspek lingkungan berkelanjutan pada pelaporan keuangan perusahaannya yang diikuti dengan meningkatnya pengungkapan informasi aspek lingkungan pada tanggung jawab sosial di laporan keuangan perusahaan. Pernyataan serupa juga diungkapkan oleh Laksmi dan Hanin (2022) yang menyatakan bahwa *Green Accounting* memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, dikarenakan semakin hijau praktik akuntansi, semakin banyak informasi dan pengungkapan CSR yang diberikan kepada pemangku kepentingan. Sedangkan, Agnes (2023) menyatakan bahwa *Green Accounting* tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR, hal ini disebabkan masih sedikitnya perusahaan yang mengungkapkan beban lingkungannya.

Selanjutnya *Media Exposure* sebagai faktor ketiga. *Media Exposure* adalah pengungkapan performa baik dari perusahaan melalui kegiatan lingkungan menggunakan media perusahaan (Maysaroh & Murwaningsari, 2023). Dianggap dapat mendongkrak reputasi perusahaan, komunikasi CSR melalui media dapat menjadi salah satu metode pengungkapan CSR yang

paling berpengaruh (Nazar & Istiqomah, 2023). Beberapa penelitian terkait pengaruh *Media Exposure* terhadap pengungkapan CSR juga sudah dilakukan, sebagaimana yang dinyatakan oleh Yuliandhari dan Wulandari (2024), *Media Exposure* memiliki hubungan yang tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, karena tidak semua perusahaan yang dijadikan sampel penelitian memposting informasi mengenai kegiatan terkait CSR di media sosial (*YouTube* dan *Instagram*). Sedangkan perbedaan pendapat dinyatakan oleh Larasati dan Fitriah (2023), yang menyatakan *media exposure* memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR, alasan yang mendasarinya adalah penggunaan media, dapat dimungkinkan dialog secara langsung antara semua pihak yang bersinggungan langsung dengan perusahaan, sehingga dapat meningkatkan transparansi perusahaan mengenai informasi perusahaan, *investor relation*, berita dan kegiatan, pelaporan keuangan perusahaan, info karir, serta pengungkapan CSR. Pendapat serupa dinyatakan oleh Marina et al., (2024), yang menyatakan bahwa *Media Exposure* memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, hal ini dikarenakan semakin banyak kegiatan CSR yang diungkapkan melalui *website* perusahaan, maka semakin rinci pengungkapan CSR di dalam *annual report*. Hasil penelitian tersebut juga didukung oleh Suzan dan Fairy (2023), yang menyatakan *media exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dikarenakan *media exposure* membantu membentuk citra positif perusahaan, yang kemudian mendorong perusahaan untuk lebih terbuka dalam mengungkapkan CSR demi mendapatkan kepercayaan pemangku kepentingan. Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, ditemukan inkonsistensi hasil dari beberapa penelitian sebelumnya. Sehingga, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, Green Accounting, dan Media Exposure terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi pada Perusahaan Sektor Energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018- 2023)”**.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, dapat diketahui bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, ataupun *Corporate Social Responsibility* (CSR), memiliki peran yang sangat dibutuhkan bagi masyarakat maupun perusahaan. Dengan adanya CSR, maka masyarakat ataupun pemegang saham akan lebih terjamin terkait bagaimana dampak yang diberikan perusahaan terhadap lingkungan dan sosial sekitar. Meskipun secara umum perusahaan menyadari pentingnya pengungkapan CSR, akan tetapi belum semua perusahaan melakukan pengungkapan laporan CSR. Hal ini melahirkan pertanyaan-pertanyaan apa saja yang menjadi faktor kemungkinan perusahaan tersebut tidak melakukan pengungkapan CSR.

Sebagaimana latar belakang dan perumusan masalah yang sudah diuraikan, maka terdapat beberapa pertanyaan terkait penelitian yang akan dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa hasil deskriptif Profitabilitas, *Green Accounting*, *Media Exposure*, dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI periode 2018-2023?
2. Apakah Profitabilitas, *Green Accounting*, dan *Media Exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI periode 2018-2023?
3. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI periode 2018-2023?
4. Apakah *Green Accounting* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI periode 2018-2023?
5. Apakah *Media Exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI periode 2018-2023?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang diuraikan sebelumnya, maka terdapat beberapa tujuan yang ingin diperoleh dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui hasil deskriptif Profitabilitas, *Green Accounting*, *Media Exposure*, dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI periode 2018-2023.
2. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas, *Green Accounting*, dan *Media Exposure* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI periode 2018-2023.
3. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI periode 2018-2023.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Green Accounting* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI periode 2018-2023.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Media Exposure* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI periode 2018-2023.

1.5 Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan hasil dari penelitian pengaruh Profitabilitas, *Green Accounting*, dan *Media Exposure* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1.1.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumber referensi serta manfaat bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan profitabilitas, *green accounting*, dan *media exposure* serta pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR secara simultan atau pun parsial.

1.1.2 Aspek Praktis

1. Perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Bagi perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi tambahan agar perusahaan dapat mengelola dan memahami faktor yang dapat meningkatkan pengungkapan CSR yaitu profitabilitas, *Green Accounting*, dan *Media Exposure*.

2. Investor

Bagi investor, diharapkan temuan penelitian ini dapat memberi rujukan bagi investor dalam memahami pengungkapan CSR serta faktor-faktor lainnya, sehingga dapat menjadi pengetahuan tambahan dalam pengambilan keputusan investasi.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

a. BAB 1 PENDAHULUAN

Bab pendahuluan merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat serta menggambarkan terkait penelitian tentang pengaruh profitabilitas, *Green Accounting*, dan *Media Exposure* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Bab pendahuluan ini berisikan:

1. Gambaran umum yang menjelaskan pengertian perusahaan sektor energi sebagai objek penelitian.
2. Latar belakang penelitian yang berisi penjelasan pengertian *Corporate Social Responsibility*, beserta dengan fenomena terkait pengungkapan CSR pada sektor energi. Kemudian penulis menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR dari penelitian-penelitian terdahulu, beserta pengertian dari profitabilitas, *Green Accounting*, dan *Media Exposure*.
3. Perumusan masalah berisikan pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan penulis dalam melakukan penelitian ini. Pertanyaan pertama adalah, bagaimana profitabilitas, *Green Accounting*, *Media Exposure*, dan CSR pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI periode 2018-2023. Selain itu, penulis juga mengisi perumusan masalah dengan pertanyaan bagaimana Profitabilitas, *Green Accounting*, dan *Media Exposure* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

4. Tujuan penelitian yang diinginkan penulis setelah penelitian ini selesai, yaitu penelitian ini dapat menjawab perumusan masalah.
5. Manfaat penelitian yang berisikan harapan penulis, agar dapat memberikan manfaat dalam aspek teoritis dan aspek praktis dari hasil penelitian pengaruh profitabilitas, *Green Accounting*, dan *Media Exposure*, terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI periode 2018-2023.
6. Sistematis penulisan berisikan penjabaran bagaimana sistem penulisan yang digunakan oleh penulis dalam menyusun bab I, bab II, bab III, bab IV, dan bab V pada penelitian pengaruh profitabilitas, *Green Accounting*, dan *Media Exposure*, terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di BEI periode 2018-2023.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi pengertian teori *stakeholder* yang disertai penelitian terdahulu terkait dengan topik profitabilitas, *Media Exposure*, dan *Green Accounting*. Serta akan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: pengaruh profitabilitas, *green accounting*, dan *media exposure* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel, pengumpulan data, serta teknik analisis data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini, hasil penelitian dan pembahasan akan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian terkait pengaruh profitabilitas, *Media Exposure*, dan *Green Accounting* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, kemudian akan menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian bagi pihak-pihak yang berkepentingan.