

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, dunia usaha mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan perilaku masyarakat. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk mencapai keuntungan finansial, tetapi juga harus memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan operasionalnya. Kesadaran masyarakat terhadap isu keberlanjutan dan tanggung jawab sosial semakin meningkat, sehingga perusahaan perlu menunjukkan komitmennya melalui berbagai kegiatan sosial dan lingkungan. Salah satu bentuk nyata dari komitmen tersebut adalah pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, yaitu bentuk tanggung jawab perusahaan untuk berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah tanggung jawab perusahaan terhadap para *stakeholders* dan pihak-pihak yang terkena dampak dari aktivitas operasional suatu perusahaan. Perusahaan bertanggung jawab kepada masyarakat untuk menggabungkan program *Corporate Social Responsibility* ke dalam aktivitas operasionalnya dan dituntut untuk mengungkapkannya sebagai bukti bahwa perusahaan telah menjalankan kewajiban sosialnya dengan baik. Berikut beberapa fenomena yang terjadi berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility*.

Tabel 1. 1 Sejumlah Kasus Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan yang melibatkan Perusahaan-perusahaan Media dan Hiburan

No	Nama Emiten/Perusahaan	Keterangan Singkat/Dampak
1.	PT How Are You (HAYI)	Perusahaan dinyatakan bersalah karena mencemari lingkungan hidup di sekitar wilayah operasionalnya. Kasus ini menunjukkan masih lemahnya sistem pengawasan internal dan kepatuhan terhadap peraturan lingkungan di sektor hiburan. Pelanggaran tersebut berdampak pada turunnya citra perusahaan di mata publik serta menimbulkan keraguan atas komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan keberlanjutan lingkungan (Laia, 2020)

Lanjutan Tabel 1.1

No	Nama Emiten/Perusahaan	Keterangan Singkat/ Dampak
2.	PT MNC Land Tbk	Warga melaporkan dugaan pencemaran yang disebabkan oleh aktivitas pembangunan proyek Lido yang dilakukan oleh PT MNC Land Tbk. Kasus ini menimbulkan protes masyarakat setempat karena dianggap merusak ekosistem dan kualitas air danau. Fenomena ini memperlihatkan pentingnya pelaksanaan <i>Corporate Social Responsibility</i> yang berfokus pada aspek lingkungan, terutama dalam proyek-proyek besar yang berdampak langsung pada masyarakat dan sumber daya alam sekitar (Muazam & Maulana, 2025)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa tingkat kesadaran dan konsistensi perusahaan pada sejumlah sektor media dan hiburan dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya masih belum sepenuhnya terpenuhi. Fenomena-fenomena tersebut menunjukkan bahwa keberlanjutan perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kinerja finansial, tetapi juga sejauh mana perusahaan mampu mengelola dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan dari aktivitas operasionalnya. Dalam konteks ini, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menjadi salah satu bentuk transparansi perusahaan kepada publik dan pemangku kepentingan. Namun data dari subsektor *media & entertainment* periode 2021-2025 menunjukkan bahwa tidak semua emiten secara konsisten melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Kondisi ini mengindikasikan bahwa masih terdapat perbedaan komitmen dan faktor-faktor tertentu yang mempengaruhi sejauh mana perusahaan mau atau mampu mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang berkaitan dengan karakteristik perusahaan dan mekanisme tata kelola perusahaan (*corporate governance*). Faktor-faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, komite audit, ukuran perusahaan, dan profitabilitas.

Kepemilikan institusional merupakan porsi saham perusahaan yang dimiliki oleh lembaga seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi, dan aset manajemen. Tingginya kepemilikan institusional umumnya dianggap dapat mendorong perusahaan meningkatkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* karena pemegang saham institusional memiliki insentif dan kemampuan untuk menekan manajemen agar menjalankan praktik bisnis yang lebih berkelanjutan. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan adanya hubungan positif antara kepemilikan institusional dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Zahroh et al., 2023). Namun, beberapa studi menemukan hasil berbeda, yaitu bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Sibuea & Ariefiara, 2022).

Kepemilikan manajerial merupakan kondisi di mana pihak manajemen perusahaan juga memegang saham perusahaan tersebut, membuat peran manajer sebagai pengelola dan pemilik. Pihak manajerial yang memiliki saham perusahaan cenderung lebih bertanggung jawab terhadap keberlanjutan jangka panjang dan reputasi perusahaan, sehingga terdorong untuk meningkatkan transparansi. Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa kepemilikan manajerial memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Sari & Handini, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan investor yang berasal dari manajer perusahaan akan membuat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* semakin lebih lengkap. Sedangkan dalam penelitian lain menunjukkan hasil berbeda, yaitu tidak berpengaruh (Wijaya et al., 2024).

Komite audit merupakan bagian dari manajemen perusahaan yang bertugas membantu kinerja dewan. Tugas komite audit adalah pengawasan dan pengendalian internal, membantu dewan, meningkatkan kualitas laporan keuangan. Komite audit yang melaksanakan rapat merupakan langkah koordinasi antara anggota agar dapat menjalankan tugas secara efektif dalam hal pengawasan laporan keuangan dan pengendalian internal. Hal ini dapat mempengaruhi pengawasan manajemen dengan lebih efektif dan diharapkan dapat mendukung peningkatan pengungkapan informasi sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa komite audit memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Khoiriyah et al.,

2022). Namun, tidak sejalan dengan penelitian lain yang menyebutkan bahwa komite audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Afriyanti & Luhglatno, 2024).

Ukuran perusahaan adalah skala yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan berdasarkan total aktivitas, penjualan, atau kapitalisasi pasar. Perusahaan yang lebih besar umumnya menyediakan lebih banyak informasi karena aktivitas operasionalnya lebih kompleks dan berada di bawah tekanan politis untuk memenuhi serta mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Santo & Rahayuningsih, 2022). Ukuran perusahaan yang besar cenderung akan menampilkan laporan *Corporate Social Responsibility* yang lebih lengkap. Namun, temuan lain menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak selalu berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Rukmana et al., 2020).

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya untuk menghasilkan laba dalam periode tertentu yang tercermin dari tingkat *Return on Assets (ROA)* yang menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu memanfaatkan seluruh aset yang dimilikinya untuk menghasilkan keuntungan. *Return on Assets (ROA)* yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola aset secara efisien sehingga menghasilkan keuntungan yang memadai. Kondisi ini memungkinkan perusahaan memiliki ketersediaan dana yang lebih besar untuk menjalankan serta mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Mahalistianingsih & Yuliandhari, 2021). Namun tidak sejalan dengan penelitian lain yang menyebutkan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Danduru et al., 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk membahas ke dalam judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Subsektor *Media & Entertainment* yang Terdaftar pada Di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2025”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena dan penjabaran latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, komite audit, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* baik secara simultan dan parsial pada perusahaan subsektor *Media & Entertainment* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2025?

1.3. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Y)
2. Variabel independen dari penelitian ini terdiri dari :
 - a. Kepemilikan Institusional (X1)
 - b. Kepemilikan Manajerial (X2)
 - c. Komite Audit (X3)
 - d. Ukuran Perusahaan (X4)
 - e. Profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Assets (ROA)* (X5)
3. Objek penelitian ini adalah perusahaan subsektor *Media & Entertainment* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode pengamatan adalah 2021 sampai dengan 2025.

1.4. Tujuan

Sejalan dengan rumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, komite audit, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan subsektor *Media & Entertainment* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2025.

1.5. Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Bagi pihak perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi strategi transparansi dan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Bagi pihak investor dan calon investor

penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan baru agar pihak investor dan calon investor dapat menggunakan informasi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* untuk mengidentifikasi dan menilai risiko non-finansial, seperti risiko reputasi, risiko kepatuhan terhadap regulasi lingkungan/sosial, dan potensi konflik dengan pemangku kepentingan.

3. Bagi pihak akademik

Penelitian ini diharapkan sebagai kontribusi bagi pihak akademisi untuk memahami pentingnya pengetahuan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan sebagai referensi terhadap peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* serta dapat digunakan sebagai bahan referensi dalam melanjutkan penelitian selanjutnya.

1.6. Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari hasil penelitian terdahulu dengan judul “Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Komite Audit Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur”. Pada penelitian ini mempunyai beberapa perbedaan dengan penelitian terdahulu, diantaranya :

1. Dari segi variabel independen. Pada penelitian terdahulu variabel independen yang digunakan terdiri dari kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan komite audit. Pada penelitian ini menambahkan variabel independen yaitu ukuran perusahaan dan profitabilitas. Alasan peneliti menambahkan kedua variabel tersebut adalah :

a. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan ditambahkan dalam penelitian ini karena memiliki keterkaitan dengan tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini dikarenakan, perusahaan dengan ukuran yang cukup besar akan menjadi sorotan masyarakat, sehingga perusahaan akan merasa lebih terdorong

untuk melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. (Santo & Rahayuningsih, 2022).

b. Profitabilitas

Profitabilitas ditambahkan dalam penelitian ini karena berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam mendukung pelaksanaan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Profitabilitas dapat menjadi pengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* karena perusahaan dengan keuntungan yang besar maka akan lebih leluasa dalam mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*. Dalam memperoleh keuntungan dari pemanfaatan sumber daya alam, perusahaan berada pada posisi yang diuntungkan, sementara masyarakat sering menanggung dampak negatifnya. Oleh karena itu, sebagian keuntungan tersebut dikembalikan kepada masyarakat melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan (Mahalistianingsih & Yuliandhari, 2021).

2. Dari segi objek dan tahun pengamatan. Pada penelitian terdahulu melakukan pengamatan pada perusahaan manufaktur periode 2019-2022. Sedangkan penelitian ini periode yang diamati adalah perusahaan subsektor *Media & Entertainment* periode 2021-2025