

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini di Indonesia dapat ditandai dengan banyaknya perusahaan yang mengembangkan usaha yang bermacam-macam. Dari berbagai keberagaman perusahaan tersebut terdapat berbagai keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dalam menjual produk atau jasanya kepada masyarakat luas. Sesuai dengan perkembangan industri saat ini terasa kurang lengkap apabila perusahaan tidak memberikan penghargaan terhadap para konsumen atau masyarakat yang telah menggunakan produk atau jasanya. Kepedulian suatu perusahaan dengan cara mencapai keseimbangan atau integrasi dari segi ekonomi dan lingkungan serta masalah sosial dalam waktu yang sama dengan harapan dapat memenuhi keinginan para *stakeholder* (Luthan, 2010) Oleh karena itu, penyebab konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) muncul.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* sudah mendapat sorotan dari pemerintahan sehingga dikeluarkan Peraturan Undang-undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU. PT) yang kemudian telah disahkan pada tanggal 20 Juli tahun 2007. Pada Undang-undang tersebut terdapat pasal 74 yang berisikan Perseroan yang menjalankan suatu kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam, maka harus melakukan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL).

Aktivitas operasional yang dilakukan oleh perusahaan sangat berpengaruh langsung bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Umumnya perusahaan saat ini didorong untuk melakukan standart etis yang berhubungan dengan aspek sosial. Dengan begitu, aspek ekonomi bukan hanya menjadi satu-satunya fokus perusahaan, namun menjadi aspek sosial yang harus dilakukan. Perusahaan yang mengeluarkan biaya untuk bertanggungjawab secara sosial dan etis tidak menyebabkan *trade-off* negatif dan tetap dapat menampilkan kinerja sebaik perusahaan lain yang tidak mengimplementasikan CSR (Whitney, 20017:1-30)

Pada setiap perusahaan memiliki kepentingan dalam pengukuran kinerja lingkungan. Oleh sebab itu, masalah tentang pengelolaan lingkungan hidup ini masih sangat diperlukan perhatian khusus untuk menangani permasalahan yang terjadi. Perusahaan juga harus bersedia menyajikan suatu laporan yang mengungkapkan kontribusi perusahaan terhadap lingkungan masyarakat secara terbuka. Masyarakat juga menginginkan dampak dari kegiatan perusahaan tersebut dapat dikontrol karena dampak sosial yang nantinya akan timbul sangat berpengaruh besar bagi kehidupan masyarakat sekitar perusahaan.

Istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dianggap sebagai kontribusi perusahaan dalam memenuhi aspek sosialnya (Krisna & Suhardianto, 2016). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan bisa menarik investor dan konsumen. Konsumen yang tertarik adalah yang memiliki kesadaran sosial dan investor yang memiliki tanggung jawab terhadap sosial (Widyasari dkk., 2019). *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu suatu wujud dari pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan kepada masyarakat (Benny,

2012:6). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dipandang sebagai etika bisnis bagi suatu perusahaan yang memperhatikan terhadap lingkungan dan sosial dalam menjalankan aktivitas bisnisnya.

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan mendapatkan keuntungan (Kasmir, 2017). Semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin besar pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, karena perusahaan yang mempunyai kemampuan untuk menghasilkan laba yang tinggi biasanya memiliki banyak dana termasuk untuk mengungkapkan *corporate social responsibility*. Profitabilitas yang tinggi akan memberikan kesempatan pada manajemen dalam melakukan serta mengungkapkan program Corporate Social Responsibility (Nita, 2015). Keterkaitan profitabilitas dengan teori legitimasi, Ketika profitabilitas tinggi, maka perusahaan memiliki peluang melaporkan dan melaksanakan kegiatan *corporate social responsibility*. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan reaksi positif dari masyarakat, agar perusahaan dapat diterima dalam lingkungan dan masyarakat sekitar. Penelitian yang telah dilakukan oleh Rshid dan Ibrahim (2002), O'Dwyer (2003), Juholin (2004), serta Baron (2005) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Namun, hal ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan Sembiring (2003), Anggraini (2006) yang menyatakan bahwa profiyabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Respobsibility*.

Tingkat *leverage* yaitu kemampuan suatu perusahaan untuk menyelesaikan seluruh kewajibannya kepada pihak lain yang bersangkutan. Dalam penelitiaannya Dahlia (2010) menyatakan bahwa variabel *leverage* berpengaruh

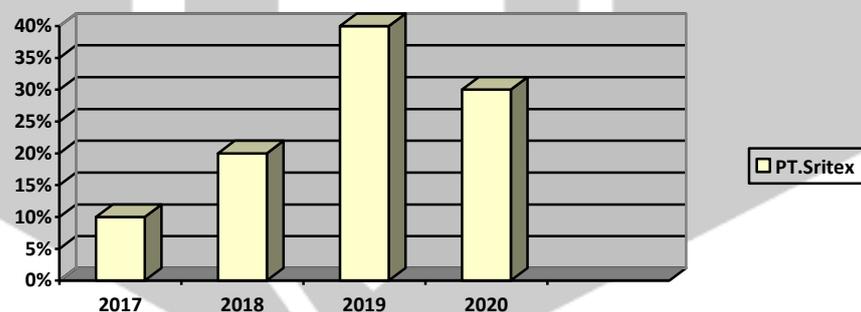
negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Untari (2010) yang menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap CSR. Tetapi hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Rahmawati (2008) yang hasil penelitiannya membuktikan bahwa tidak ada pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Namun, hal ini berbanding terbalik dengan penelitian Dwipayani dan Putri (2016) menunjukkan bahwa tingkat ketergantungan leverage berhubungan positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan.

Kinerja Keuangan adalah suatu gambaran kondisi perusahaan pada suatu periode tertentu yang berhubungan dengan penyaluran dana dan aspek penghimpunan dana yang biasanya diukur dalam indikator kecukupan modal, likuiditas, dan profitabilitas (Jumingan, 2006). Kinerja keuangan yaitu prestasi yang telah dicapai suatu perusahaan dalam suatu periode tertentu yang menggambarkan tingkat kesehatan perusahaan tersebut (Sutrisno, 2012). Pengukuran kinerja keuangan dari *Accounting-based measurement*, seperti ROA, ROE dan *market-based measure* pada kapitalisasi pasar, Tobin's Q. Dasar pengukuran kinerja keuangan memiliki kelebihan dan kelemahan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kadek, Rosiliana, et.al (2014:2) Kinerja keuangan memberikan dampak positif dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Ukuran perusahaan adalah variabel yang sering diteliti dalam menggambarkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Mayoritas dari perusahaan besar memiliki program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang bagus dan dapat memberdayakan lingkungan sosialnya. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Sopacua, 2018), apabila ukuran perusahaan besar, maka pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga semakin besar. Namun menurut (Mandaika & Salim, 2015), berpendapat bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Fenomena yang terjadi pada perusahaan manufaktur masih sangat banyak, seperti yang terjadi pada tahun 2019 di PT. Sri Rejeki Isman atau Sritex, Sukoharjo Solo Jawa Tengah yang membuang limbah dari selokan pabrik menuju kali lungsur sehingga menyebabkan banyak limbah dari binatang mengambang dipermukaan kali serta kulit kaki warga gatal-gatal, panas dan mengelupas dan Sritex belum berkontribusi untuk memberikan dana *Corporate social Responsibility*. (informasi ini diperoleh dari dalam www.titro.id).



Gambar 1.1

Gambar grafik pencemaran lingkungan PT.Sritex

Keberhasilan suatu perusahaan tidak hanya dapat dilihat dari segi keuangannya dan perusahaan harus menghasilkan laba saja. Akan tetapi, melainkan perusahaan juga harus memenuhi tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitar. Seperti PT.Indofood dengan program yang dilakukannya yaitu “Beasiswa Sukses Makmur (BISMA), PT. Djarum yang telah memberikan kontribusinya dalam www.djarumfoundation.org dengan program “Renovasi Bangunan Panti Asuhan dan Bantuan Fasilitas” serta banyak beasiswa yang diberikan oleh PT.Djarum. PT. Intraco Penta, TBK yang menginformasikan kontribusinya dalam Peduli Sosial Komunitas (*Care social Community*), Peduli pendidikan (*Care school*), Peduli Kesehatan (*Care Health*), dan Peduli Lingkungan (*Care Green*), serta masih banyak lagi program dengan aspek sosial yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab sosialnya.

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* melakukan pemberian Beasiswa penelitian Indofood Riset Nugraha. Indofood Riset Nugraha merupakan program pemberian bantuan dana untuk kegiatan penelitian di bidang pangan, terutama yang berkaitan dengan peningkatan kualitas pangan, serta penganeekaragaman pangan dalam rangka mendukung ketahanan pangan nasional. Bantuan dana penelitian diberikan kepada para mahasiswa strata-1 yang sedang menyelesaikan skripsi. Seperti halnya yang dilakukan oleh Nutrifood yang sudah lama dilakukan oleh PT. Indofood Sukses Makmur Tbk, yaitu sejak tahun 1998. PT.Indofood Tbk, melaksanakan program CSR dengan mengadakan berbagai kegiatan dengan misi “Memberikan Kontribusi Bagi Kesejahteraan Masyarakat dan Lingkungan secara berkelanjutan”.

Variabel yang dipilih untuk menguji keterkaitannya dengan *Corporate Social Responsibility* adalah Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, *Solvabilitas*, Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan. Variabel-variabel tersebut dipilih peneliti karena berkaitan dengan fenomena yang ada sehingga peneliti ingin mengetahui apakah variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh untuk mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur. Karena dari fenomena-fenomena yang telah disebutkan banyak perusahaan manufaktur yang belum memperhatikan kerugian yang dialami oleh masyarakat dan lingkungan sekitar.

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena terdapat beberapa perbedaan hasil pada penelitian sebelumnya atau terjadi inkonsistensi dalam penelitian terdahulu. Selain itu, karena adanya *gap* penelitian dari (Basya, 2004 dalam Lindrawati,dkk 207); (Benny, 2012:6); (Rashid dan Ibrahim (2002), O'Dwyer (2003), Juholin (2004), Baron (2005); (Nurkhin, 2009); (Jumingan, 2006); (Sutrisno, 2012); (Suratno,dkk 2006), maka peneliti melakukan penelitian ulang terhadap pengaruh profitabilitas, *leverage*, kinerja keuangan dan ukuran perusahaan. Dengan seiring berkembangnya ekonomi dan tuntutan perkembangan usaha, maka perusahaan mempunyai tanggung jawab untuk mengembangkan lingkungan sekitarnya melalui program-program sosial. Oleh karena itu, penulis ingin melakukan pengujian kembali untuk lebih mengetahui Pengaruh Pengungkapan Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, *Solvabilitas*, Kinerja Keuangan dan Ukuran Perusahaan Pada *Corporate Social Responsibility*.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* perusahaan?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* perusahaan?
3. Apakah Likuiditas berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* perusahaan?
4. Apakah *Solvabilitas* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* perusahaan?
5. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility* perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh pada *Corporate Social Responsibility* terhadap perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI
2. Untuk mengetahui apakah *leverage* berpengaruh pada *Corporate Social Responsibility* terhadap perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI
3. Untuk mengetahui apakah likuiditas berpengaruh pada *Corporate Social Responsibility* terhadap perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI
4. Untuk mengetahui apakah *solvabilitas* berpengaruh pada *Corporate Social Responsibility* terhadap perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI

5. Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan berpengaruh pada *Corporate Social Responsibility* terhadap perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka manfaat penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk:

a. Manfaat teoritis

manfaat teoritis yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, serta kontribusi teori empiris mengenal *profitabilitas*, *leverage*, likuiditas, *solvabilitas*, dan ukuran perusahaan secara simultan dan parsial terhadap *Corporate Social Responsibility*
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu untuk mengembangkan pengetahuan peneliti dan mahasiswa jurusan akuntansi sebagai referensi terhadap penelitian yang serupa di masa yang akan datang.

b. Manfaat praktis

Hasil penelitian bisa memberikan referensi, masukan, dan sumbangan pemikiran tentang *Corporate Social Responsibility* dalam pengambilan keputusan atas segala tindakan keputusan bagi perusahaan atau pihak lain. Dan agar meningkatkan kesadaran pentingnya pelaksanaan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

1.5 Sistematika Penulisan Proposal

Sistematika penulisan ini terbagi menjadi tiga bab yang disusun secara sistematis sebagai berikut ini :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang hal-hal mengenai latar belakang masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai tinjauan pustaka yang menguraikan yang tentang landasan teori yang digunakan, kerangka pemikiran, pengembangan hipotesis yang mendukung permasalahan dalam penelitian dan peneliti terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini membahas mengenai rancangan penelitian yang akan diuraikan tentang rancangan penelitian yang digunakan, Batasan penelitian, Identifikasi Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel, Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel, Data dan Metode Pengumpulan Data, dan Teknik Analisis Data.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini membahas mengenai data yang digunakan, proses pengolahan data, penganalisisan dan pembahasan hasil penelitian

BAB V PENUTUP

Bab ini membahas mengenai kesimpulan atas penelitian dan keterbatasan penelitian dan serta saran bagi pihak-pihak lain dimasa mendatang.