

BAB I

PENDAHULUAN

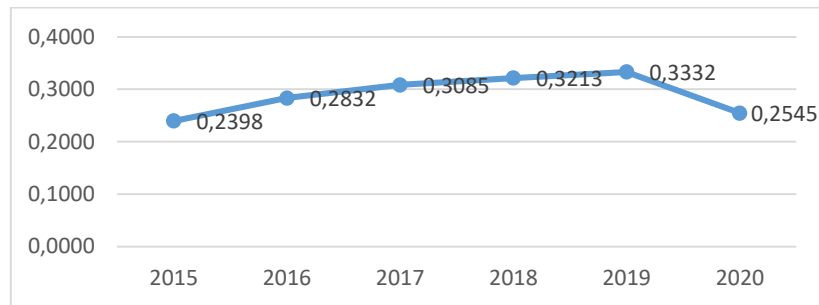
1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan selalu memiliki hubungan sosial dengan masyarakat dalam setiap aktivitasnya, baik dalam hal proses produksi maupun dalam hal distribusi, tentunya menjadi beberapa pokok pertimbangan bagi beberapa pihak yang akan memberikan kredit maupun penanaman modal. Perusahaan manufaktur yang bergerak dalam sektor barang konsumsi misalnya, secara garis besar memiliki berbagai kondisi yang tidak dapat terelakkan dalam hal limbah dan berbagai kondisi dalam aktivitas perusahaan. Lingkungan yang kondusif tentunya aman bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang ini, akan tetapi perusahaan yang memiliki tempat berdekatan dengan pemukiman maupun jalur akses padat memiliki kesulitan dalam menyikapi hal tersebut. Perusahaan perlu menjalin hubungan sosial dengan masyarakat untuk memberikan tingkat aman untuk kebaikan kedua belah pihak, seperti diatur dalam perundangan UU No. 40 tahun 2007 yang mewajibkan setiap perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam berbagai aktivitasnya yang memiliki hubungan dengan sumber daya alam tentunya dengan lingkungan sosial (Akim, 2017).

Pengelolaan sumber daya alam yang kurang baik akan menimbulkan berbagai ancaman kerugian baik untuk perusahaan maupun lingkungan sekitar, dimulai dari wabah penyakit akibat pencemaran limbah perusahaan baik air serta udara kerusakan sarana dan prasarana jalur transportasi, hingga berbagai bentuk

kerugian yang dapat menyebabkan bencana, maka dari itu perlunya pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) yang baik di dalam suatu perusahaan agar lebih mudah dan bisa berhubungan baik dengan keadaan sekitar. Peneliti kali ini mencoba meneliti pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) yang ada di perusahaan sektor barang konsumsi melalui laporan tahunan perusahaan.

Berdasarkan analisis laporan tahunan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang ada di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019, ditemukan masalah bahwa masih banyak perusahaan yang kurang peduli tentang tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitar, semakin rendah pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) maka semakin buruk reputasi perusahaan dimata masyarakat dan investor, sebaliknya semakin banyak pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) maka akan membuat reputasi perusahaan semakin bagus. Data rasio pada Gambar 1.1 berikut menunjukkan rata-rata pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2020



Sumber : www.idx.co.id (data diolah) 2021

Gambar 1.1 Rata-rata CSR pada perusahaan manufaktur barang konsumsi di BEI tahun 2015-2019

Data di atas memberikan Gambaran bahwa adanya peningkatan CSR dari tahun 2015 – 2019 sebesar 5% sementara itu pada tahun 2019 - 2020 mengalami penurunan sebesar 2%. Hal ini menyatakan bahwa pengungkapan CSR pada perusahaan sektor barang konsumsi masih fluktuasi atau tidak stabil tiap tahunnya. Exchange *et.al* (2020) mengungkapkan bahwa semakin tinggi perusahaan melaksanakan kegiatan CSR maka semakin baik pula citra perusahaan dimata masyarakat serta investor. Investor akan lebih suka dengan perusahaan yang memiliki citra baik dimata masyarakat, karena dapat meningkatkan keberlangsungan perusahaan. *Corporate social responsibility* (CSR) yang baik terlihat pada saat total jumlah tanggung jawab sosial (CSR) pada perusahaan tersebut bernilai diatas 50%, sebaliknya jika total tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di bawah 50% maka dapat dinyatakan bahwa perusahaan masih sedikit melakukan CSR, hal tersebut dapat menurunkan citra perusahaan terhadap masyarakat karena kurangnya kepedulian terhadap lingkungan sekitar serta berdampak juga terhadap investor yang ingin menanamkan investasi kepada perusahaan tersebut.

Investor akan lebih mempertimbangkan lagi untuk memulai investasi jika perusahaan tersebut mendapatkan citra jelek di masyarakat. Masyarakat atau konsumen di Indonesia masih banyak yang kurang memperhatikan pengungkapan CSR sehingga bisa dilihat rata-rata CSR nya masih terlihat rendah dan banyak item yang tidak diungkap secara rinci di dalam laporan tahunan perusahaan yang sesuai dengan indikator pengungkapan CSR GRI G4, beberapa contoh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) seperti beasiswa pendidikan, pembangunan masjid, pembangunan lahan hijau, dan dalam lingkup lain seperti kesehatan serta bantuan sosial lainnya. Rendahnya kesadaran perusahaan dalam melakukan kegiatan pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) salah satunya penyebab yaitu karena aktivitas CSR ini masih bersifat sukarela sehingga perusahaan tidak terlalu memperdulikan hal tersebut dan tidak menjadikan beban apabila tidak melakukan pengungkapan informasi sosial terkait lingkungan sekitar. Tanpa disadari pengungkapan masalah sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh suatu perusahaan merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan kepada publik dan sebagai usaha untuk menjaga eksistensi sebuah perusahaan tersebut.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau biasa disebut *corporate social responsibility* (CSR) merupakan hal penting dalam berlangsungnya aktivitas perusahaan. Perusahaan juga akan mengalami kesulitan dalam hal legalitas hingga tingkat operasionalnya bila perusahaan mengesampingkan tanggung jawabnya, perusahaan memiliki kemungkinan terburuk akan berhenti beroperasi apabila melalaikan tanggung jawab sosialnya. Perusahaan yang mengalami kerugian akibat lalainya dalam tanggung jawab social pernah menjadi sorotan salah satunya PT.

Siantar TOP dan PT SBI pada tahun 2017 yang didapati limbah yang dikeluarkan menyebabkan genangan di sungai hingga membuat air berubah warna dan menimbulkan bau, yang dalam hal ini udara dan air menjadi tercemar dikutip dari bekasiexpress.com juli 2017 (<http://bekasiexpress.com/2017/08/16pt-sbi-dan-siantar-top-buang-limbah-di-drainase>. Akses terakhir: 18 April 2021)). Penyebaran berita maupun issue mengenai perusahaan besar merupakan kerugian yang cukup besar, tentunya bukan hanya perusahaan, shareholder dan berbagai pihak yang tadinya memiliki hubungan bisnis dengannya akan terancam. Investor maupun kreditur juga akan mengambil pertimbangan apabila perusahaan memiliki citra buruk di masyarakat, sehingga perlu diperhatikan masalah pengungkapan CSR yang dilakukannya untuk menghindari pencemaran lingkungan, maupun pemakaian zat formalin dalam proses pengawetan atau bahkan menjual kembali produk yang sudah tidak layak konsumsi atau kadaluarsa (Putra, 2015).

Oleh sebab itu perusahaan dalam industri barang konsumsi ini harus mengungkapkan aktivitas CSR-nya baik dalam laporan tahunan maupun laporan tersendiri. Berdasarkan fenomena tersebut telah banyak memberikan dampak negatif terhadap lingkungan. Seperti kerusakan lahan karena sisa produksi, dan polusi udara karena proses produksi rokok serta berbagai dampak negatif lainnya, namun tidak semua perusahaan gagal dalam melakukan CSR, banyak keberhasilan CSR yang dilakukan perusahaan diantaranya berikut beberapa contoh perusahaan sektor barang konsumsi yang melakukan pengungkapan CSR dengan baik yaitu PT.Indofood pada kontan.co.id September 2019 yang dikutip dalam berita (<https://industri.kontan.co.id/news/indofood-sukses-makmur-indf-sumbang-dana->

rp-22-miliar-untuk-penelitian akses terakhir 18 april 2021). Perusahaan ini menyumbangkan dana sebesar 2,2M guna untuk pendidikan mahasiswa/mahasiswi yang sedang kuliah menempuh semester akhir. Dalam hal tersebut PT Indofood sedang melakukan pengungkapan CSR dalam bidang pendidikan dan kepelatihan. Banyak keuntungannya apabila perusahaan melakukan Pengungkapan tanggung jawab sosial dengan baik yaitu Perusahaan lebih memiliki nilai lebih terhadap investor dan masyarakat lingkungan sekitar. Dapat diberikan sebuah kesimpulan mengenai betapa pentingnya pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan.

Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) ini diteliti lebih dalam melalui teori stakeholder dan teori resource based. Teori resource based ini pertama dikembangkan oleh Simon dan March dalam buku mereka tahun 1947 yang membahas tentang bagaimana upaya perusahaan dalam memanfaatkan atau mengatur kelebihan sumber daya yang ada di dalam perusahaannya. Sumber daya yang dimaksud yaitu suatu yang berharga dan tidak dapat diimitasi secara sempurna serta tak tergantikan yang dimiliki oleh perusahaan contohnya seperti bahan baku, tenaga kerja, kapasitas mesin, dan dana. Teori selanjutnya ada Teori stakeholder ini pertama dikembangkan oleh Freeman pada tahun 1984. Stakeholder disini yaitu merupakan pihak internal maupun eksternal yang mempengaruhi perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung serta membahas tentang upaya perusahaan dalam beradaptasi terhadap lingkungan sekitar, serta memberikan kesadaran mengenai etika tentang tanggung jawab sosial pada lingkungan sekitar. Pada

dasarnya pengungkapan tanggung jawab sosial ini bertujuan untuk menginformasikan tentang aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Informasi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dapat dilihat dari beberapa aspek data keuangan yang dikeluarkan perusahaan, dan *slack resources* dapat memberikan informasi yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan bertahan dalam berbagai kondisi. Bernadette (2014:64) menunjukkan bahwa *slack resources* merupakan sebuah kondisi dimana perusahaan memiliki sumber daya lebih secara aktual, yang membuat perusahaan memiliki potensi bertahan dalam berbagai kondisi, baik tekanan internal maupun eksternal. Sumber daya yang dimaksud tersebut seperti bahan baku, tenaga kerja, kapasitas mesin, dan dana. *Slack resources* memberikan gambaran tentang kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian pada lingkungan sosialnya, hubungan ini memiliki sebuah arah yang sama bilamana perusahaan memiliki nilai *slack resources* tinggi maka akan berdampak semakin baik pula pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan, hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan Anggraeni & Djakman (2017) menyatakan bahwa *slack resource* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), akan tetapi hubungan yang memiliki arah berkebalikan juga dapat terjadi seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh Kusumawati (2020) menyatakan bahwa *slack resources* memiliki pengaruh negative dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Perbedaan hasil tersebut merupakan gambaran bahwa kas dan setara kas

yang dimiliki perusahaan tidak memberikan jaminan atas pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang dilaporkan, banyak faktor dari eksternal maupun internal tidak memberikan kejelasan pasti mengenai biaya yang seharusnya dikeluarkan perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Biaya yang dikeluarkan perusahaan tentunya juga berhubungan dengan kelangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan, dalam hal ini Sofyan Syafri (2013:309) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan yang dapat dilihat dari rasio pertumbuhan memberikan sebuah gambaran atas pertumbuhan pos – pos perusahaan dari tahun ketahun yang terdiri atas kenaikan laba bersih, *earning per share*, kenaikan dividen, serta kenaikan jumlah penjualan. Pertumbuhan perusahaan juga memiliki sebuah hubungan atas pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) atas kenaikan laba dan penjualan. Tentunya perusahaan juga memiliki kesempatan lebih memberi perhatian atas tanggung jawab sosial.

Hubungan antara pertumbuhan perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) didukung oleh penelitian yang dilakukan Sukenti *et al.*, (2017) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). Hasil penelitian atas hubungan pertumbuhan perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dari Yovana dan Kadir (2020) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), yang mana memiliki hasil terbalik dari penelitian sebelumnya. Hasil dari penelitian sebelumnya masih belum memiliki hasil yang pasti dalam hal pengungkapan CSR.

Faktor lain yang dapat memberikan sebuah hubungan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) adalah profitabilitas. Kasmir (2017:197) menunjukkan bahwa profitabilitas merupakan Gambaran penilaian atas perusahaan dalam mendapatkan keuntungan dengan membandingkan beberapa komponen dalam laporan keuangan yang dilakukan dalam beberapa periode. Profitabilitas ini yang memberikan Gambaran kemampuan perusahaan, apakah naik atau turun dalam periode tertentu. Kenaikan profitabilitas tentunya memiliki dampak atas kemampuan perusahaan melakukan pengungkapan *atas corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial (Sugeng, 2017). Teori tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih & Mahdar (2019) menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2020) menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) juga dapat dipengaruhi oleh berbagai hutang perusahaan, pinjaman yang dilakukan guna membiayai aset merupakan hal penting bagi berlangsungnya operasional perusahaan. Pinjaman dalam hal ini biasa disebut *leverage*, dimana perusahaan dinilai dari kemampuan dalam menjalankan kegiatan usaha berdasarkan jumlah besaran nilai modal saja yang digunakan atau besaran dari nilai hutang yang digunakan dalam proses berlangsungnya perusahaan (Kasmir, 2017:113). Perusahaan yang melakukan kegiatan usaha dengan menggunakan modal sendiri tentunya memiliki kemampuan lebih dalam mengelola perusahaannya dan tidak mengesampingkan tanggung

jawab sosialnya, tetapi ada juga atas dasar pinjaman dari pihak lain yang memberikan pengakuan dari berbagai sumber guna memberikan nilai positif terhadap perusahaan agar memperoleh pinjaman, dengan cara meningkatkan citra masyarakat. Hubungan antara *leverage* dengan *corporate social responsibility* (CSR) didukung oleh penelitian Wahyuningsih & Mahdar (2019) menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Respati & Hadiprajitno (2015) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) juga dapat ditinjau dari seberapa mampu perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya baik dalam hal pinjaman ataupun berbagai kewajiban perusahaan. Wetson (dalam Kasmir, 2017:129) menunjukkan bahwa likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam hal pembayaran utang yang mendekati jatuh tempo merupakan hal yang sangat menjadi pertimbangan bagi penanaman modal maupun kreditur lain. Perusahaan disamping itu memiliki kemampuan untuk menjalankan aktivitas usahanya memberi Gambaran perusahaan memiliki kemampuan bertahan dalam berbagai kondisi, dengan menjaga nama baik perusahaan dalam bidang permodalan juga memberikan dampak positif bagi perusahaan. Pemenuhan kewajiban jangka pendek akan memberikan dorongan tentunya kepada perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosialnya. Penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan *et.al.* (2018) menyatakan bahwa likuiditas memiliki pengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR), sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan

dan Yuniarta (2020) menyatakan bahwa likuiditas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Berdasarkan fenomena yang terjadi tentulah sangat penting untuk dilakukan penelitian ini agar kita mengetahui kondisi CSR pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Indonesia kedepannya, serta dari penelitian terdahulu juga menghasilkan pengaruh yang berbeda beda terhadap pengungkapan CSR atau bisa disebut dengan *research gap* sehingga sangat menarik dan perlu dilakukan penelitian lebih lanjut, oleh karena itu penelitian ini mengambil judul ***“Pengaruh Slack Resource, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Likuiditas terhadap pengungkapan Corporate social responsibility (CSR) pada perusahaan Manufaktur sektor Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI”***.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan fenomena masalah penelitian dengan teori yang ada, maka rumusan masalah yang diterima sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh *Slack Resource* sebagai prediksi terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR)?
2. Adakah pengaruh Pertumbuhan Perusahaan sebagai prediksi terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) ?
3. Adakah pengaruh Profitabilitas sebagai prediksi terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) ?
4. Adakah pengaruh *Leverage* sebagai prediksi terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) ?

5. Adakah pengaruh Likuiditas sebagai prediksi terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility (CSR)* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fenomena masalah penelitian dengan teori yang ada, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Menguji pengaruh *Slack Resource* sebagai prediksi terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility (CSR)*
2. Menguji pengaruh Pertumbuhan Perusahaan sebagai prediksi terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility (CSR)*
3. Menguji pengaruh Profitabilitas sebagai prediksi terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility (CSR)*
4. Menguji pengaruh *Leverage* sebagai prediksi terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility (CSR)*
5. Menguji pengaruh Likuiditas sebagai prediksi terhadap pengungkapan *Corporate social responsibility (CSR)*

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa mempersembahkan kontribusi manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoretis

Secara teoritis penelitian ini memberikan pemahaman ilmu di bidang ekonomi spesifiknya dalam pendidikan akuntansi terkait apa yang dapat

mempengaruhi pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR). Maka dari itu penelitian ini diharapkan mampu menyediakan informasi referensi baru terkait penyebab alasan yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) di Indonesia. Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pada akuntansi keperilakuan, terutama mengenai faktor yang mendorong perilaku perusahaan untuk mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan perusahaan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Memberikan kontribusi bagi manajemen perusahaan terutama sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan sehubungan dengan penerapan CSR dalam operasional perusahaan dan pengungkapannya dalam laporan perusahaan.

b. Memberikan kontribusi bagi para investor dalam bahan pertimbangan sebelum berinvestasi dengan melihat pengungkapan CSR dengan indikator *slack resource*, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan likuiditas sehingga dapat meminimalisir kerugian dalam berinvestasi.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan berguna untuk memberikan Gambaran struktur riset sehingga membantu peneliti dalam melakukan penulisan dan memudahkan pembaca atau peneliti dalam melakukan penulisan dan memudahkan pembaca atau

peneliti selanjutnya untuk memahami serta dapat diterapkan pada penelitian selanjutnya. Dalam penulisan penelitian ini terdapat 3 bagian sistematika secara standar sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini menampilkan aktual fenomena dan masalah yang terkait dengan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang mendasari penelitian dan didalamnya tercantum dalam Latar Belakang, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulisan Proposal.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang Landasan Teori stakeholder dan reasod based teori yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), serta pemaparan penelitian terdahulu yang memiliki topik sejenis, serta kerangka pemikiran dan Hipotesis Penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini memaparkan tentang Rancangan Penelitian, Batasan Penelitian, Identifikasi Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel, Penentuan Populasi dan Sampel, Data dan Teknik Pengumpulan Data, dan Teknik Analisis Data.

BAB IV : GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini berisikan tentang gambaran subjek penelitian , analisis data, dan pembahasan penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan berdasarkan pada hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap rumusan masalah, keterbatasan penelitian yang ditemukan pada saat meneliti, dan pemberian saran berupa implikasi atas hasil penelitian.