

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Kinerja keuangan perusahaan merujuk pada sejauh mana tujuan keuangan perusahaan sedang atau telah dicapai dan menjadi aspek penting dari manajemen keuangan. Pengukuran kinerja keuangan dilakukan untuk mengukur kesehatan keuangan perusahaan secara keseluruhan dalam waktu tertentu. Melalui pengukuran kinerja keuangan dapat dibandingkan kondisi keuangan suatu perusahaan dengan perusahaan lain di industri yang sama atau membandingkan dengan industri berbeda. Penilaian kinerja keuangan dapat dilakukan melalui analisis rasio keuangan, untuk mengukur dan menilai apakah suatu perusahaan baik atau buruk. Kinerja keuangan dapat diartikan sebagai penentuan rasio tertentu yang dapat mengukur keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba. Menurut Ramadani, (2020) kinerja keuangan perusahaan diukur dengan keuntungan perusahaan yang merupakan hasil dari kebijaksanaan dan keputusan yang dibuat oleh manajemen.

Analisis rasio keuangan membantu mengetahui tingkat kinerja keuangan perusahaan apakah baik atau sebaliknya. Analisis rasio keuangan dapat dibagi menjadi beberapa jenis, beberapa di antaranya termasuk dalam indikator likuiditas, solvabilitas, aktivitas, dan profitabilitas. Tingkat likuiditas menunjukkan sejauh mana kemampuan perusahaan untuk memenuhi hutang jangka pendek dari aset likuid dijamin. Solvabilitas menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat menjamin

asetnya dan memenuhi semua kewajibannya. Tingkat aktivitas mengukur efektivitas perusahaan dalam menggunakan asetnya. Profitabilitas menunjukkan seberapa besar perusahaan dapat menghasilkan keuntungan dengan modal (Maith, 2013).

Menurut (Puspitasari, *et al*, 2021) profitabilitas dapat diukur dengan *return on asset (ROA)* yang merupakan rasio laba bersih dibandingkan total aset selama periode waktu tertentu. *Return on Asset* mengukur seberapa efisien kinerja keuangan perusahaan dalam mengelola asetnya untuk menghasilkan keuntungan. Nilai *ROA* yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik sehingga dapat menarik minat investor berinvestasi di perusahaan. Terdapat beberapa faktor yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan misalnya *riset and development (R&D)* dan periklanan (Narayanan, & Srinivasan, 2014; Jaisinghani, 2016; Acar and Temiz, 2017). Pengungkapan *corporate social responsibility (CSR)* juga dapat mempengaruhi kinerja perusahaan sebagaimana hasil penelitian Candrayanthi dan Saputra (2013), Putra (2015), Maqbool & Zameer (2018), Nair dan Bhattacharyya (2019), Ahyani dan Puspitasari (2019), serta Long, Li, Wu, dan Song (2020). Pelaksanaan *CSR* membutuhkan dana yang tidak sedikit dan pasti mengurangi keuntungan (laba) perusahaan. Meski memerlukan biaya tidak sedikit, pada kenyataannya biaya pelaksanaan *CSR* dapat meningkatkan penjualan dan nilainya bisa lebih tinggi dari biaya pelaksanaan *CSR* yang dikeluarkan sehingga meningkatkan keuntungan (laba). Dana yang dikeluarkan untuk masyarakat melalui kegiatan *CSR* seperti donasi pembangunan fasilitas umum dan berbagai kegiatan social akan menjadikan perusahaan mendapat perhatian lebih dan masyarakat akan

lebih menunjukkan empati kepada perusahaan. Masyarakat percaya bahwa perusahaan tidak hanya mencari keuntungan (laba), tetapi juga peduli dan ramah lingkungan. Perusahaan memiliki citra yang baik, membuat produknya lebih menarik bagi konsumen dan lebih mungkin berdampak pada peningkatan keuntungan (laba).

Teori *Institutional* atau kelembagaan dalam *CSR* menunjukkan bahwa berlakunya Pasal 40-66 (2c) Undang-Undang Perseroan Terbatas tahun 2007 yang mewajibkan semua perusahaan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan mempengaruhi heterogenitas perusahaan yang melaksanakan Undang-undang tersebut. Pelaporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Perkembangan penerapan *CSR* berlaku di banyak negara di seluruh dunia. (Long, Li, Wu, & Song, 2020; Maqbool & Zameer, 2018; Nair & Bhattacharyya, 2019) mengatakan *CSR* adalah kegiatan sukarela, dan perusahaan bebas memilih besaran kontribusi *CSR* sesuai dengan bisnis terkait. Namun, menurut (Ahyani & Puspitasai, 2019; Candrayanthi & Saputra, 2013; Putra, 2015) Pemberlakuan regulasi *CSR* di Indonesia yang mewajibkan belanja *CSR* merupakan tekanan regulasi dari pemerintah. Kewajiban untuk melaksanakan *CSR* memaksa perusahaan untuk menggunakan kepentingan mereka dalam *CSR*, terutama karena tekanan regulasi. pengaturan *CSR* di dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia menyebabkan konsep *CSR* tidak lagi bersifat *voluntary* (sukarela) tetapi menjadi bersifat *mandatory* (kewajiban). Intensitas *CSR* dan implementasi *CSR* merupakan bagian penting dari *Institutional capital* yang dapat mempengaruhi profitabilitas.

*Corporate Social Responsibility* atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan diarahkan tidak hanya kepada lingkungan, tetapi kepada seluruh pemangku kepentingan, termasuk karyawan, pelanggan, kreditur, pemegang saham dan masyarakat. *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah keyakinan bahwa manajemen membuat keputusan berdasarkan kepentingan sosial dan ekonomi terbesar dalam menjalankan fungsi pengorganisasian dan pengoperasian perusahaan. *CSR* adalah investasi dalam pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan dan tidak lagi dilihat sebagai sarana untuk menghasilkan lebih banyak keuntungan. *CSR* merupakan kewajiban perusahaan yang mendukung perkembangan perusahaan. *CSR* dari suatu kegiatan atau pengambilan keputusan perusahaan harus didasarkan tidak hanya pada faktor keuangan, tetapi juga pada implikasi sosial dan ekologi saat ini dan masa depan, (Manokaran, et al, 2018).

*Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan salah satu kewajiban yang harus dipenuhi oleh perusahaan berdasarkan Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas di Indonesia. Undang-undang mengharuskan perusahaan yang melakukan bisnis di bidang ini atau yang berhubungan dengan sumber daya alam untuk memikul tanggung jawab sosial dan ekologis. Pasal 40-66 (2c) Undang-Undang Perseroan Terbatas tahun 2007 juga mengatur bahwa semua perusahaan wajib melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan mereka. Laporan tahunan merupakan alat komunikasi antara perusahaan dengan pihak luar. PSAK 2009 No. 1. Bagian 9 tentang penyajian laporan keuangan tahunan merekomendasikan hal-hal berikut di bagian kewajiban atas laporan keuangan tahunan: “Perusahaan juga dapat mengirimkan laporan

tambahan, seperti laporan lingkungan dan nilai. Untuk industri di mana faktor lingkungan memainkan peran kunci, dan di mana karyawan dianggap sebagai kelompok pengguna laporan yang memainkan peran kunci."

Menurut Maqbool & Zameer, (2018) intensitas *CSR* adalah sebuah konsep dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan secara sukarela ke dalam kegiatan bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan pemangku kepentingan. *Corporate Social Responsibility* telah memperluas jangkauan sektor korporasi dari pemegang saham ke pemangku kepentingan dengan memberikan tanggung jawab kepada semua organisasi yang terkena dampak kegiatan bisnis. *Corporate Social Responsibility* semakin menjadi agenda organisasi perusahaan, karena berpotensi meningkatkan daya saing perusahaan atau keunggulan kompetitif, yang pada akhirnya meningkatkan kekuatan keuangan perusahaan.

Implementasi *Corporate Social Responsibility* sendiri diadakan sebagai acara tahunan atas keberhasilan perusahaan dalam melakukan kegiatan *CSR* yang ramah lingkungan dan ditandai dengan menghasilkan laporan keberlanjutan perusahaan sesuai dengan standar yang disepakati, *GRI*. Indonesia mengalami beberapa kerusakan lingkungan, antara lain pencemaran air dari limbah industri, pencemaran udara, dan pencemaran lainnya yang menimbulkan masalah sosial dan lingkungan. Perusahaan berharap dapat meningkatkan kepercayaan investor dan meningkatkan kinerja perusahaan dengan mengungkapkan *CSR*.

Mengacu pada teori prespektif sumber daya (*resource based-view*) menurut (Acar & Temiz, 2017; Jaisinghani, 2016; Nair & Bhattacharyya, 2019; Sridhar, Narayanan,

& Srinivasan, 2014) mengeksplorasi sumber daya dan peluang yang memungkinkan perusahaan mencapai kinerja keuangan yang unggul dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Nair & Bhattacharyya, (2019) menyatakan bahwa perusahaan dengan aset yang berharga dan langka memiliki keunggulan kompetitif dan memiliki potensi untuk mencapai kinerja keuangan yang unggul. Berdasarkan perspektif berbasis sumber daya, perusahaan memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui keputusan manajemen yang bijaksana dan rasional, akumulasi sumber daya yang selektif, penyebaran dan ketidaksempurnaan faktor pasar. Menurut Frynas & Yamahaki, (2016) penelitian terkait *CSR* dari perspektif *RBV* menunjukkan bahwa keterampilan atau kompetensi khusus yang terkait dengan investasi dalam *CSR* dapat membawa manfaat ekonomi khusus bagi perusahaan. *CSR* dapat dilihat sebagai investasi dalam kapabilitas yang memungkinkan perusahaan membedakan dirinya dari para pesaingnya dan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Dengan demikian, *RBV* membantu untuk memahami strategi proaktif perusahaan dalam mengembangkan dan menggunakan kompetensi internal yang terkait dengan masalah sosial dan lingkungan untuk keuntungan ekonomi. Menurut (ervaes & Tamayo, (2013) intensitas *R&D* dan Intensitas *Advertising* yang lebih membantu dalam keunggulan kompetitif perusahaan. Intensitas *R&D* dan Intensitas *Advertising* merupakan bagian penting dari resource capital yang dapat mempengaruhi profitabilitas.

Menurut Jaisinghani, (2016) Intensitas *Riset and Development (R&D)* dipandang oleh banyak orang sebagai investasi dalam aset tidak berwujud. *Riset and Development* diyakini memiliki dampak positif pada arus kas masa depan dan

dengan demikian menciptakan peluang pertumbuhan di masa depan. *Riset and Development* sering dianggap penting bagi bisnis untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. *Riset and Development* mengarah pada pengembangan sumber daya dan dengan demikian berkontribusi pada peningkatan pangsa pasar perusahaan. Menurut Sridhar et al., (2014) R&D membantu mengembangkan produk baru dan meningkatkan yang sudah ada, yang penting untuk akuisisi dan retensi pelanggan serta untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Menurut Sridhar et al., (2014) Intensitas iklan meningkatkan diferensiasi dan kesadaran merek dan menciptakan nilai merek, aset tak berwujud berbasis pasar sambil meningkatkan efisiensi bisnis. Demikian pula, kepemilikan saham merangsang permintaan produk dan meningkatkan kemampuan perusahaan untuk melayani pelanggan yang meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Menurut Acar & Temiz, (2017) Hubungan antara periklanan dan ukuran kinerja perusahaan telah diperhatikan selama bertahun-tahun, karena periklanan memainkan peran penting dalam proses penciptaan nilai bisnis. Dalam lingkungan yang kompetitif, tidak dapat dihindari bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi pemasaran untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan menambah nilai bagi pemegang saham. Strategi pemasaran ini biasanya berfokus pada kesadaran merek pelanggan, sikap konsumen, pembelian berulang, dan peringkat kepuasan pelanggan untuk meningkatkan kesadaran merek dan yang terpenting terutama untuk meningkatkan penjualan pada kinerja keuangan perusahaan.

Secara teoritis, studi ini merupakan salah satu dari sedikit studi yang menganalisis teori *Institutional* yang diproksikan intensitas *CSR* sebagai pembelanjaan sukarela (*voluntary*) dan implementasi *CSR* sebagai pembelanjaan wajib (*mandatory*), terutama di Indonesia. Studi ini juga memunculkan efek gabungan dari model *Institutional* dan *resource* pada profitabilitas perusahaan. Di bidang studi lain seperti peneliti bisnis internasional memiliki pertimbangan *resource-based view (RBV)* terintegrasi dengan teori *Institutional* karena merupakan hal baru ,(Kostova & Hult, 2016).

Mengikuti perspektif Nair & Bhattacharyya, (2019), penelitian ini memproksikan teori *Institutional* sebagai intensitas *CSR (voluntary)* dan penelitian ini menambakan implementasi *CSR (mandatory)* sebagai pembeda di Indonesia dengan luar negeri. Perspektif berbasis sumber daya, pada penelitian ini menggunakan intensitas *R&D* dan intensitas periklanan. Model *Institutional* dan model sumber daya memberikan dampak pada kinerja keuangan perusahaan

*Corporate Social Responsibility* adalah bagian dari tata kelola perusahaan yang baik. Penerapan *Corporate Social Responsibility* akan mampu menaikkan kinerja perusahaan dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang merupakan keberpihakan perusahaan dengan masyarakat sehingga masyarakat mampu memilih produk yang baik yang dinilai tidak hanya dari barangnya saja tetapi juga melalui tata pengelola perusahaannya. Sehingga masyarakat yang menjadi pelanggan dapat memberikan penilaian yang positif terhadap perusahaan, maka dari itu mereka akan loyal terhadap produk yang dihasilkan perusahaan, hal ini akan mampu menjadikan kenaikan citra perusahaan yang direfleksikan melalui



kinerja perusahaan yang akan meningkat. Kinerja keuangan digunakan sebagai dasar untuk mengukur kinerja perusahaan.

Banyak perusahaan, termasuk perusahaan Manufaktur, tercatat di Bursa Efek Indonesia. Menurut Utami, (2021), menyatakan perkembangan sektor industri terutama Manufaktur di Indonesia semakin pesat saat ini, turut memberikan dampak pada sektor lain, baik dampak positif maupun negatif. Dampak positif dari perkembangan industri ini begitu terasa pada sektor perekonomian yaitu banyak lapangan pekerjaan tercipta, banyak pula pemanfaatan teknologi baru yang akhirnya diaplikasikan di berbagai bidang. Adapun dampak negatif yang begitu dirasakan berasal dari limbah industri yang di buang berupa, limbah cair yang mengandung zat-zat yang merugikan pada masyarakat sekitar. Perusahaan berharap dapat meningkatkan kepercayaan investor dan meningkatkan kinerja perusahaan dengan mengungkapkan *CSR*.

Berdasarkan fenomena tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Resource Capital* Dan *Institutional Capital* Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan dan di permasalahan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah implementasi *CSR*, intensitas *CSR*, intensitas *R&D* dan intensitas *Advertising* secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan?
2. Apakah implementasi *CSR* secara parsial berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan?

3. Apakah intensitas *CSR* secara parsial berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan?
4. Apakah intensitas *R&D* secara parsial berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan?
5. Apakah intensitas *Advertising* secara parsial berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan?

## **1.2. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang di jelaskan di atas, maka tujuan dari penelitian ini ada sebagai berikut:

1. Untuk menguji apakah implementasi *CSR*, intensitas *CSR*, intensitas *R&D* dan intensitas *Advertising* secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan?
2. Untuk menguji apakah implementasi *CSR* secara parsial berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan?
3. Untuk menguji apakah intensitas *CSR* secara parsial berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan?
4. Untuk menguji apakah intensitas *R&D* secara parsial berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan?
5. Untuk menguji apakah intensitas *Advertising* secara parsial berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan?

## **1.3. Manfaat Penelitian**

- a. Bagi Peneliti :

Penelitian ini memberikan manfaat dalam segi pengetahuan dan peningkatan wawasan tentang pengaruh *Resource Capital Dan Institutional Capital* terhadap kinerja keuangan.

b. Bagi Perusahaan :

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan inovatif kepada perusahaan atau manajemen tentang manfaat dan penerapan *Resource Capital Dan Institutional Capital* yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan.

c. Bagi peneliti lain :

Menjadikan bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutan dan ilmu pengetahuan baru tentang pengaruh *Resource Capital Dan Institutional Capital* terhadap kinerja keuangan sehingga dapat dijadikan rujukan terbaru terhadap penelitian selanjutnya.

#### **1.4. Sistematika Penulisan**

Penelitian ini disajikan dengan ssitematis yang telah ditentukan yaitu 5 bab, dan dimana 5 bab tersebut saling berkaitan satu sama lain, bab tersebut terdiri dari:

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini membahas mengenai latar belakang yang melandasi pemikiran atas penelitian yang di mulai dari apa saja masalah yang akan di rumuskan, tujuan dari penelitian, manfaat yang ingin di capai dan sistematika yang akan digunakan tersebut.

##### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan mengenai penelitian terdahulu yang sejenis, teori berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, kerangka pemikiran serta hipotesis dari penelitian ini.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini meliputi rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi sampel dan teknik pengambilan sample, data dan metode pengumpulan data secara teknik analisis data

### **BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran subyek penelitian serta analisis data yang terdiri dari analisis deskriptif, pengujian hipotesis, dan pembahasan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan .

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian serta saran berdasarkan hasil pengujian yang telah di lakukan.