

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Saat ini isu terkait permasalahan lingkungan hidup sedang marak dibicarakan dan menjadi sorotan tidak hanya di Indonesia namun juga di dunia internasional. Permasalahan lingkungan hidup ini menjadi perhatian dari berbagai sektor, baik secara individu, masyarakat, pemerintah maupun investor. Perusahaan saat ini dituntut untuk memiliki peran dalam masyarakat dan melakukan suatu tindakan sebagai wujud kepedulian kepada masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu, Purwanto (2011:12) menuturkan bahwa perusahaan saat ini melakukan aktivitas tanggung jawab sosial atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai sebuah wujud kepedulian dari perusahaan dan juga merupakan wujud tanggung jawab perusahaan. Pada era sekarang ini, tugas penting perusahaan tidak hanya mencari keuntungan atau laba semata, namun juga harus memperhatikan lingkungan sekitarnya atau dengan kata lain tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat. Dari segi ekonomi, perusahaan diharapkan dapat meraih keuntungan yang setinggi-tingginya, namun dari segi sosial, perusahaan juga dituntut untuk memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat terutama kepada masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan, dengan menjaga dan meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungannya. Dengan berkembangnya konsep *Triple Bottom Line* yang pertama kali

dikemukakan oleh John Elkington pada tahun 1997 dalam bukunya yang berjudul *Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of 21st Century Business*, perusahaan kini dihadapkan pada tiga konsep yaitu *profit*, *people*, dan *planet*. Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sendiri kian dirasakan pada masa tahun 1960-an ketika kondisi global mengalami pemulihan dari perang dunia ke-II. Ketika itu permasalahan kemiskinan dalam masyarakat yang awalnya tidak dihiraukan mulai mendapat perhatian. Persoalan kemiskinan ini menjadi pendorong terwujudnya berbagai aktivitas sosial yang bertujuan untuk mengentaskan kemiskinan dan keterbelakangan serta meningkatkan daya hidup masyarakat. Aktivitas sosial tersebut dapat dikatakan berupa kegiatan pada sektor-sektor produktif masyarakat yang dapat melibatkan masyarakat untuk terjun langsung belajar dan bekerja.

Di Indonesia sendiri, CSR sudah populer digunakan pada masa tahun 1990-an, dan semakin berkembang hingga saat ini. Pelaksanaan CSR yang menitikberatkan pada adanya tanggung jawab sosial dari perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan tentu berpengaruh pada berbagai aspek bisnis di dunia atau dapat dikatakan mempengaruhi kegiatan perekonomian secara global, tidak terkecuali di Indonesia. Melalui peraturan perundang-undangan yaitu Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) pasal 74 ayat (1) yang menyatakan bahwa Perseroan Terbatas yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan

lingkungan dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UUPM) pasal 15 (b) yang menyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, memberikan efek praktik CSR di Indonesia mulai berubah, dari yang semula bersifat sukarela menjadi suatu praktik atau kegiatan yang wajib dilaksanakan oleh perusahaan. Menurut Yunita (2013:2) adanya tuntutan yang diberikan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, akuntabel, dan tata kelola perusahaan yang bertumbuh semakin baik, memaksa sebuah perusahaan untuk menyajikan informasi berkaitan dengan aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dituangkan dalam laporan tahunan perusahaan (*annual report*) atau laporan keberlanjutan perusahaan (*sustainability report*). Menurut Eka saputra (2016:76) kemampuan manajemen dalam mengelola atau mengolah beberapa aspek kinerja keuangan yang mendasar seperti *size*, *leverage* dan profitabilitas perusahaan merupakan salah satu hal yang penting untuk mendongkrak pengungkapan CSR sebuah perusahaan. Baik *size*, *leverage* maupun profitabilitas, masing - masing memiliki kontribusi yang berbeda-beda bagi keberlangsungan siklus ekonomi dan kehidupan perusahaan, terutama dalam hal pengungkapan pertanggungjawaban sosial atau *Corporate Social Responsibility*. Sartono (2010) dalam Eka Saputra (2016:76) mengungkapkan *leverage* merupakan panduan bagi *stakeholders* untuk melihat bagaimana sebuah perusahaan mengelola sumber

keuangannya, baik dari hutang maupun modal yang telah dimiliki perusahaan. Untuk menghitung *leverage*, pada penelitian ini akan digunakan *Debt to Equity Ratio*. Tingkat DER yang tinggi menunjukkan komposisi total hutang, baik hutang jangka pendek maupun jangka panjang semakin besar dibanding dengan total modal perusahaan. Hal tersebut menunjukkan sumber modal perusahaan yang sangat tergantung dengan pihak luar (kreditur). Besarnya beban hutang yang ditanggung oleh perusahaan dapat mengurangi tingkat laba perusahaan. Dengan demikian tingkat *leverage* perusahaan menggambarkan tingkat pinjaman serta risiko keuangan perusahaan. Rasio tersebut dapat mempengaruhi kinerja keuangan yang kemudian turut mempengaruhi kegiatan perusahaan lainnya seperti *Corporate Social Responsibility*. Rasio kinerja keuangan lain yang juga penting dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah profitabilitas dan ukuran perusahaan (*size*). Profitabilitas menggambarkan sejauh mana sebuah perusahaan dapat menghasilkan laba atau keuntungan. Terdapat berbagai rasio profitabilitas yang dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, salah satunya adalah ROA atau *Return On Assets*. Dari rasio ini nantinya dapat dilihat bagaimana sebuah perusahaan menghasilkan laba dan mengelola asetnya, sedangkan *size* menunjukkan besar atau kecilnya ukuran sebuah perusahaan, yang dapat diukur dengan melihat nilai total asset, baik asset lancar maupun asset tidak lancar, yang dimiliki sebuah perusahaan, hal ini diungkapkan oleh Ross (2011) dalam Eka Saputra (2016:76). Ukuran

perusahaan juga terkait dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Sebuah perusahaan yang besar biasanya cenderung semakin menarik perhatian publik sehingga publik juga cenderung ingin mengetahui informasi berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan.

Di Indonesia, salah satu sektor perusahaan yang memiliki *public demand* yang tinggi akan informasi perusahaan adalah sektor manufaktur. Dilansir dari laman Badan Koordinasi Penanaman Modal, Indonesia saat ini sudah menjadi negara dengan basis industri manufaktur terbesar se-ASEAN dengan kontribusi mencapai 20,27% pada perekonomian skala nasional. Dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak mulai dari pemerintahan, swasta, dan masyarakat sangat dibutuhkan untuk mendukung perkembangan industri manufaktur ke depannya. Industri perusahaan manufaktur sendiri terbagi menjadi beberapa sektor yaitu sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri, dan sektor industri barang konsumsi. Kakauhe & Pontoh (2017:18) menyatakan salah satu penyumbang terbesar pertumbuhan ekonomi Indonesia adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi, karena sektor ini menghasilkan barang-barang yang menjadi kebutuhan pokok masyarakat, seperti kebutuhan pangan. Dari pengertian tersebut diketahui bahwa perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi merupakan jenis industri yang sangat dekat dan terkait dengan masyarakat dan lingkungan, terlebih

pada perusahaan manufaktur subsektor industri barang konsumsi makanan dan minuman. Industri ini tentunya berkaitan erat dengan kesehatan dan keberlangsungan kehidupan masyarakat sebab makanan dan minuman adalah salah satu kebutuhan pokok masyarakat. Perusahaan manufaktur subsektor industri barang konsumsi makanan dan minuman merupakan salah satu subsektor yang banyak memanfaatkan sumber daya alam, juga merupakan salah satu subsektor yang sering disoroti oleh publik mengenai tanggung jawab sosial perusahaannya karena berkaitan erat dengan masyarakat dalam hal produk, limbah dan proses industrinya, baik limbah cair maupun udara yang kerap kali menjadi masalah lingkungan yang tengah disoroti. Dilansir dari Agustina (2013:8) banyak calon investor yang tentu menginginkan untuk berinvestasi pada perusahaan besar yang memiliki laba tinggi, dan perusahaan dengan kriteria tersebut banyak terdapat pada perusahaan manufaktur yang umumnya terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian tentang rasio kinerja keuangan yang turut menjadi faktor yang mempengaruhi besar kecilnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia masih memunculkan hasil yang beraneka ragam dan menarik untuk dipelajari lebih dalam. Penelitian oleh Wahyuningsih & Mahdar (2019:34) menunjukkan hasil variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR manufaktur yang terdaftar di BEI, begitu pula Rofiqkoh & Priyadi (2016:16) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa variabel ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh positif dan signifikan pada tingkat

pengungkapan CSR. Sementara itu, berkaitan dengan variabel *leverage*, penelitian Sumaryono & Asyik (2017:15) mengungkapkan hasil penelitian variabel *leverage* memberikan pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Widati & Wigati (2011:152) dalam penelitiannya menunjukkan hasil yang berbeda. Variabel *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Dalam hal profitabilitas, penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR perusahaan dari beberapa penelitian. Sumaryono & Asyik (2017:14) menunjukkan hasil bahwa variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, sedangkan Rofiqkoh & Priyadi (2016:16) menyatakan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Dari beberapa penelitian terdahulu, variabel *size*, *leverage* dan profitabilitas dapat menunjukkan hasil yang berbeda-beda dalam mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR sebuah perusahaan, bahkan terdapat juga hasil yang bertentangan antara penelitian yang satu dengan yang lain. Perbedaan hasil penelitian terdahulu inilah yang menarik minat penulis untuk melakukan penelitian ini sekali lagi dengan periode waktu yang berbeda. Penelitian ini mengadopsi GRI (*Global Reporting Initiative*) versi 3.0 berdasarkan penelitian oleh Sembiring (2005) dalam (Widiastuti et al., 2018:112) yang telah disesuaikan dengan kondisi pelaksanaan CSR di Indonesia, yang terdiri dari 78 item pengungkapan, sebagai item pengukur variabel dependen pada *sustainability reporting*

perusahaan atau *annual report* perusahaan. Penulis memfokuskan penelitian pada perusahaan manufaktur subsektor industri barang konsumsi makanan dan minuman, sebab subsektor inilah yang paling dekat dengan masyarakat dan lingkungan serta paling berpengaruh dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Berdasarkan hal-hal tersebut, penelitian ini mengambil judul “Pengaruh *Size*, *Leverage*, dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Barang Konsumsi Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017 – 2019” dengan harapan dapat membantu perkembangan pengetahuan tentang pengaruh setiap variabel terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan.

1.2. Masalah Penelitian

- 1) Apakah ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur subsektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
- 2) Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur subsektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
- 3) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur subsektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan (*size*) terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur subsektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur subsektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur subsektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

1) Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini secara umum diharapkan dapat menjadi kontribusi yang baik dalam pertumbuhan ilmu ekonomi di Indonesia, dan secara khusus pada bidang ilmu akuntansi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi yang baru dan perbandingan untuk penelitian - penelitian selanjutnya yang terkait dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan, terkhusus pada perusahaan manufaktur.

2) Manfaat Praktis

- a. Bagi manajemen, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen

perusahaan mengenai variabel – variabel yang turut mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan.

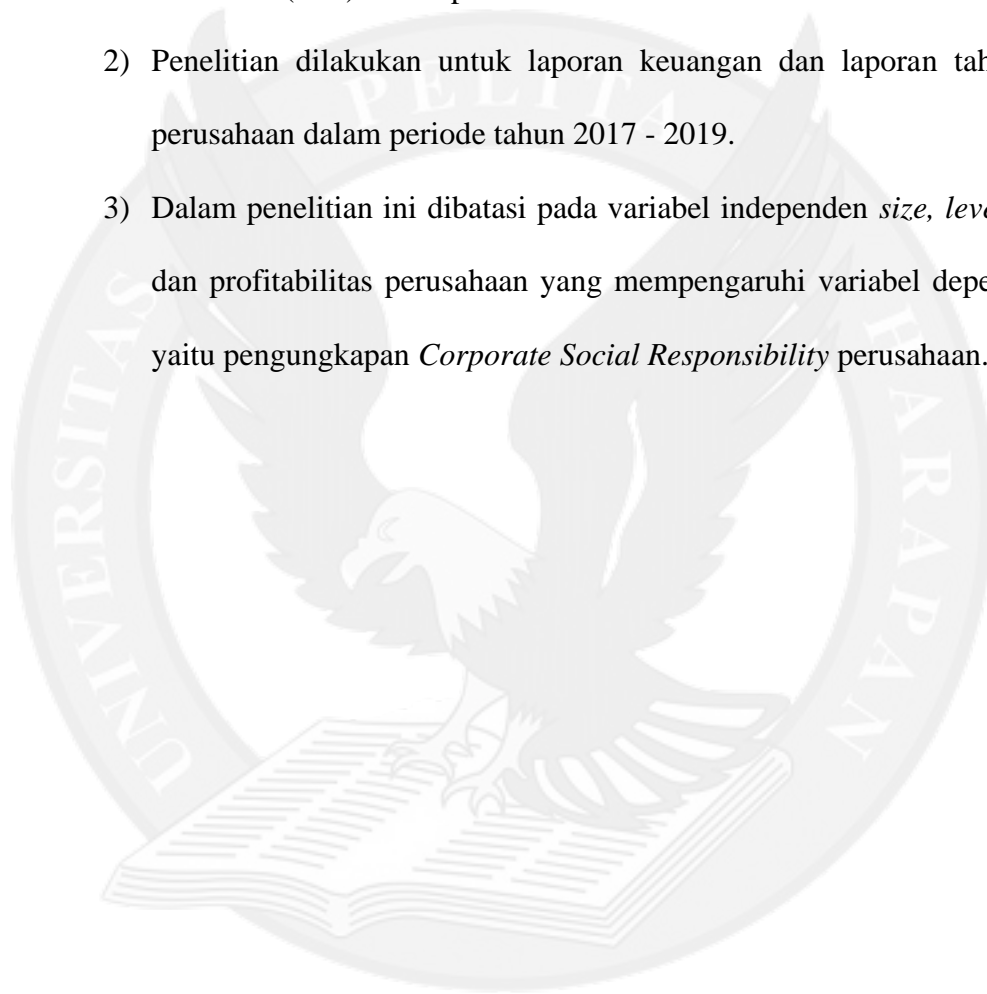
- b. Bagi investor dan calon investor, penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan gambaran mengenai laporan keuangan tahunan perusahaan sehingga dapat menjadi referensi dalam pengambilan keputusan investasi. Selain itu, juga diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat memberi wacana baru bagi para investor dan calon investor dalam memperhitungkan variabel – variabel yang perlu diperhatikan dalam melakukan investasi.
- c. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagaimana sebuah perusahaan melakukan tanggung jawab sosialnya ditengah masyarakat dan menjadi pendorong perusahaan untuk mengendalikan serta meningkatkan aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan masyarakat dan lingkungan hidup. Selain itu, diharapkan juga agar hasil penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan peran perusahaan bagi lingkungan hidup di sekitarnya, sehingga dapat terjalin kerjasama yang baik antara perusahaan dan masyarakat di sekitarnya.

1.5. Batasan Masalah

Pembatasan masalah dimaksudkan agar dapat memperoleh pemahaman yang sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan dan

tujuan penelitian itu sendiri dapat tercapai serta masalah yang diteliti tidak meluas. Sehingga penulis memberikan batasan penelitian sebagai berikut:

- 1) Penelitian dilakukan terhadap perusahaan manufaktur subsektor barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam periode tahun 2017 -2019.
- 2) Penelitian dilakukan untuk laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan dalam periode tahun 2017 - 2019.
- 3) Dalam penelitian ini dibatasi pada variabel independen *size*, *leverage* dan profitabilitas perusahaan yang mempengaruhi variabel dependen yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan.



1.6. Sistematika Pembahasan

BAB I Pendahuluan berisi tentang latar belakang, masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan teoritis dan pengembangan hipotesis berisi tentang definisi konsep dasar, telaah literatur-literatur yang diteliti, kerangka pemikiran dan pengembangan hipotesis.

BAB III Metodologi penelitian berisi tentang populasi dan sampel yang dipilih, model empiris penelitian, definisi variabel operasional dan metode analisis data.

BAB IV Hasil dan pembahasan berisi tentang hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dan uraian temuan-temuan dalam analisis data.

BAB V Simpulan dan saran berisi tentang kesimpulan akhir yang didapatkan dari hasil analisis dalam penelitian ini serta saran bagi penelitian selanjutnya juga bagi pihak terkait.