

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau tanggung jawab sosial perusahaan menjadi isu yang hangat dalam perkembangan dunia bisnis saat ini. Seiring dengan kemajuan perusahaan, pandangan atas aktivitas bisnis kini tidak terbatas hanya pada orientasi laba. Konsep tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)* muncul ketika kesadaran akan keberlanjutan (*sustainability*) jangka panjang perusahaan lebih penting dibanding sekedar keuntungan (*profitability*). Keberlanjutan perusahaan tidak hanya memerlukan laba yang tinggi, tetapi faktor lingkungan dan sosial juga perlu diperhatikan agar tercipta keseimbangan dan kelancaran dalam membangun perusahaan. Perusahaan perlu laba, sedangkan laba didapatkan dari kegiatan operasional perusahaan yang mendapat dukungan masyarakat. Dukungan dari masyarakat merupakan hal yang penting, agar perusahaan tidak memiliki hambatan dalam menjalankan operasionalnya dan mendapatkan laba.

Perusahaan dalam lingkungan masyarakat dapat mengubah dua kondisi yaitu (*positif externalities*) seperti memberi manfaat peningkatan ekonomi, sosial dan lingkungan dalam bentuk peningkatan kesejahteraan, infrastruktur, tata sosial, ilmu pengetahuan, dan teknologi. Dan juga (*negatif externalities*) seperti *global warming*, polusi, pencemaran, kebisingan, kerusakan infrastruktur dan juga ketimpangan sosial. Semua ini apabila tidak dikelola dengan baik akan menyebabkan dampak yang buruk pada masyarakat sekitar (Hadi, 2011). Melalui tanggung jawab sosial yang

dijalankannya, diharapkan perusahaan mampu meminimalisir dampak-dampak negatif tersebut. Dengan demikian, kehidupan perusahaan untuk jangka panjang, memerlukan sikap saling menjaga dan saling menguntungkan antara perusahaan dan masyarakat. Tanggungjawab sosial yang diberikan perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)*, merupakan suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan, berikut keluarganya serta peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas dan lingkungan. Kegiatan *CSR* merupakan bentuk kontribusi perusahaan yang diberikan kepada seluruh pelaku bisnis perusahaan yang berhubungan baik langsung maupun tidak langsung pada perusahaan seperti karyawan, *stakeholder*, masyarakat dan pemangku kepentingan perusahaan lainnya (Hadi, 2014).

Pada awalnya, *Corporate Social Responsibility (CSR)* di Indonesia masih bersifat *voluntary* (sukarela), tetapi banyaknya kerusakan yang ditimbulkan perusahaan akibat aktifitasnya, mengakibatkan banyak masyarakat yang tidak mendukung pembangunan maupun aktifitas perusahaan. Masyarakat menganggap perusahaan dapat mengambil laba dari aktifitasnya yang beroperasi pada lingkungan mereka, tetapi masyarakat yang harus menanggung dampak negatifnya, seperti kerusakan alam, ketimpangan ekonomi, sampai dengan pelanggaran hak hidup yang terjadi, sehingga berakibat banyak penolakan dari masyarakat, dan berakhir pada konflik yang tak terhindarkan. Dengan demikian *CSR* sangat perlu

untuk meminimalisir konflik sosial yang terjadi akibat aktifitas perusahaan (Hadi, 2011).

Permasalahan lain dalam pelaksanaan *CSR*, yaitu masih adanya perusahaan yang menganggap *CSR* hanya untuk kepedulian sosial saja dan tidak penting untuk dilakukan, jika hal tersebut tidak diperlukan untuk mendapatkan laba, bahkan ada yang menganggap hanya memperbesar biaya operasional perusahaan. Ada juga perusahaan yang cenderung melakukan program *CSR* hanya untuk promosi tanpa adanya kesungguhan dalam memberikan tanggungjawab sosialnya kepada masyarakat. Padahal dalam praktiknya banyak sekali manfaat yang didapat perusahaan dari melakukan tanggung jawab sosial (*CSR*) ini. Namun karena tidak adanya kepastian hukum sebagai payung hukum yang menguatkan atau mewajibkan program ini, banyak perusahaan yang mangkir dari tanggung jawab sosialnya (Rahmatullah, 2017). Masih adanya perusahaan yang mengabaikan tanggung jawab sosial tersebut, maka pada akhir Juni tahun 2007 Pemerintah mengeluarkan peraturan berupa UU NO 40 Tahun 2007, yang berisi tentang Perseroan Terbatas (PT) yang mengelola atau operasionalnya terkait dengan Sumber Daya Alam (SDA) dan diwajibkan melaksanakan program *CSR*. Sejak disahkannya undang undang tersebut *CSR* menjadi *mandatory* atau wajib dilakukan oleh semua perusahaan.

Perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sudah mulai menyadari akan pentingnya program *CSR*. Perusahaan mulai mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial (*CSR*) melalui laporan tahunan (*Annual Report*) atau pada laporan keberlanjutan (*Sustainable*

*Report*). Menurut catatan pada *Report of The Judges ISRA* (2015) pengungkapan *sustainability report* di Indonesia diawali pada tahun 2005. Saat itu hanya 2 perusahaan, tahun 2010 menjadi 25 perusahaan, dan tahun 2015 menjadi 85 perusahaan. Meningkatnya *sustainability report*, disatu sisi menunjukkan makin tingginya tanggung jawab sosial, dan kepatuhan terhadap regulasi, disisi lain tidak semua perusahaan setiap tahunnya selalu mengungkapkan *sustainability report*. Pada perusahaan Sektor Makanan dan Minuman di BEI yang berjumlah 26 perusahaan, masih terdapat 6 perusahaan yang tidak selalu melaporkan *sustainability report*-nya selama periode 2016-2019 (Wati, 2021). Berdasarkan data di atas, kita dapat melihat dan menyimpulkan bahwa setiap tahunnya perusahaan yang menerbitkan *sustainability report* terus meningkat, tetapi masih ada beberapa perusahaan yang mengabaikan regulasi dan tanggung jawab sosialnya pada *stakeholder*.

Publikasi *sustainability report* merupakan bentuk kepatuhan perusahaan pada regulasi, juga sebagai informasi sosial, ekonomi, dan lingkungan yang akuntabel dan transparan, yang diperlukan para pemangku kepentingan perusahaan (*stakeholders*), pemegang saham atau investor, dan khususnya masyarakat. Melalui *sustainability report* akan dapat diketahui secara transparan aktivitas sosial apa saja yang dilakukan perusahaan dan berapa biaya yang dikorbankan untuk program sosial tersebut.

Tujuan dari adanya laporan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial yang terdapat di laporan tahunan perusahaan adalah sebagai rasa tanggungjawab perusahaan untuk investor atau *stakeholders* (Indraswari & Astika, 2015), Pengungkapan tanggung jawab sosial mampu menarik investor

dan memperbaiki hubungan *stakeholders* sekaligus mendapatkan dukungan dari masyarakat. Banyaknya investor yang tertarik untuk berinvestasi ke perusahaan, makin memperbesar modal untuk memenuhi kebutuhan perusahaan. Modal yang makin besar akan memperbesar peluang untuk mendapatkan laba, dan investor mendapatkan deviden atau keuntungan yang makin besar dari investasinya. Dukungan masyarakat juga dapat meningkatkan penjualan yang secara langsung akan meningkatkan laba, dan hubungan *stakeholders* juga tetap terjaga dengan pengungkapan *CSR* ini.

Memperluas pengungkapan *CSR* dapat dilakukan perusahaan dengan mengendalikan rasio keuangan atas pendanaan operasional perusahaan yang berasal dari penggunaan modal sendiri, hutang dan *assets*. Rasio *leverage*, mengungkap potensi atau kemampuan hutang sebagai pembiayaan operasional perusahaan dibandingkan dengan potensi modal sendiri (*equity*). Rasio likuiditas akan menentukan kemampuan membayar hutang jangka pendek secara tepat waktu. Ukuran perusahaan (*Firm Size*) akan mengungkap pertumbuhan kekayaan atau nilai perusahaan dan rasio profitabilitas akan mengungkap kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba dari *assets* atau modal yang digunakan. Tata kelola terhadap rasio rasio keuangan yang makin efektif tersebut, menjadi faktor yang menentukan luasnya pengungkapan *CSR* dan menjadi penilaian bagi para pelaku kepentingan. Tata kelola rasio keuangan yang efektif akan meningkatkan profit dan kemampuan untuk membiayai segala kegiatan operasional perusahaan, sehingga pengungkapan *CSR* semakin luas.

Setiap perusahaan dalam berusaha mempertahankan dan meningkatkan eksistensi terhadap citra perusahaan, integritas, dan perkembangan bisnis, akan merubah prinsip bisnis, yaitu dari orientasi keuntungan, menjadi orientasi keuntungan yang disertai dengan tanggung jawab sosial perusahaan yang akan menjamin perkembangan berkelanjutan. Masalahnya, semakin tinggi eksistensi perusahaan, semakin tinggi pula timbulnya kesenjangan sosial, ekonomi dan lingkungan yang tidak kondusif. Dampak negatif ini akan dirasakan oleh pemangku kepentingan (*stakeholders*), yaitu *stockholder* (pemegang saham), karyawan, penyalur, pelanggan, kreditur, dan masyarakat lokal, pemerintah, dan media masa (Suparno, 2010 dalam Fauziah dan Asyik, 2019). Kompleksnya kepentingnya *stakeholder*, menjadikan perusahaan dalam melakukan pengungkapan *CSR* dipengaruhi oleh banyak faktor yang berdampak pada tata kelola keuangan agar dapat meminimalkan risiko sosial, ekonomi dan lingkungan. Perusahaan dalam melakukan pengendalian terhadap faktor-faktor yang menentukan luasnya pengungkapan *CSR*, akan mendapat legitimasi, reputasi dan citra baik dari *stakeholder*, jika perusahaan berusaha menyeimbangkan norma-norma perilaku sistem sosial masyarakat dengan nilai-nilai sosial yang terkandung dalam perusahaan. (Hadi, 2011 dalam Fauziah dan Asyik, 2019). Setiap peneliti, termasuk peneliti sebelumnya, akan berbeda dalam mengungkap faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *CSR*.

Faktor yang mempengaruhi pengungkapan *CSR* antara lain *leverage*, ukuran perusahaan (*firm size*), likuiditas dan profitabilitas.

Menurut Fauziah dan Asyik (2019), *leverage*, merupakan rasio hutang dengan modal sendiri, sehingga menggambarkan risiko keuangan perusahaan berupa beban tetap yang makin besar terutama akibat penggunaan hutang jangka panjang yang makin besar. Besarnya *leverage* akan menjadi perhatian bagi pemangku kepentingan (*stakeholder*) ketika melihat manfaat yang diperoleh dari besarnya *leverage*. Penelitian sebelumnya mengenai *leverage* dan *CSR* dengan obyek penelitian Perusahaan Makanan dan Minuman, memberikan hasil penelitian yang berbeda

Penelitian terdahulu mengenai *leverage* dan *CSR* menurut hasil penelitian Permatasari dan Widyawati (2016), Zuhrotul dan Widyawati (2018), Sibarani, dkk (2018), Komang, dan Wayan (2019), Arita dan Mukhtar (2019), memberikan hasil bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *CSR*. Penelitian terdahulu lainnya tetapi dengan hasil penelitian yang berbeda, adalah Laksono (2018), dengan obyek Sektor Perusahaan Indonesian Sustainability Report Award (ISRA), Fauziah dan Asyik (2019) dengan obyek Perusahaan Sektor Manufaktur, memberikan hasil bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *CSR*.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi *CSR*, adalah *firm size* (ukuran perusahaan). Menurut Permatasari dan Dini Widyawati (2019), ukuran perusahaan merupakan skala besar kecilnya suatu perusahaan yang terlihat dari total *assets*. Perusahaan yang memiliki ukuran yang besar akan memberikan sebuah informasi yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan yang mempunyai ukuran yang kecil.

Penelitian sebelumnya mengenai ukuran perusahaan dan CSR memberikan hasil penelitian yang berbeda. Penelitian Permastasari dan Widyawati (2019), Wati (2021), Warda dan Widyawati (2018), Komang dan Wayan (2019), Hermawan dan Mulyawan (2014), dengan obyek Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman memberikan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Dampak positif tersebut sesuai *teory stakeholder*, menunjukkan pemegang saham lebih memperhatikan peningkatan tanggung jawab sosial (CSR). Hasil kesimpulan yang berbeda dikemukakan Rahmawati (2019), dengan obyek peneliitian yang sama, hasil penelitiannya menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR

Faktor lain yang mempengaruhi pengungkapan CSR adalah likuiditas. Menurut Fauziah dan Asyik (2019), likuiditas merupakan suatu indikator mengenai kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban keuangan jangka pendek dengan menggunakan aktiva lancar yang tersedia .Likuiditas yang mampu memberikan kekuatan keuangan perusahaan akan memperluas CSR.

Penelitian likuiditas sebelumnya memberikan hasil penelitian yang berbeda. Penelitian Wati (2021), dengan obyek Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman memberikan hasil, likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hasil penelitian terdahulu yang memberikan hasil penelitian berbeda dengan obyek yang sama, adalah hasil penelitian Arita dan Mukhtar (2019), menyatakan, likuiditas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi pengungkapan *CSR* adalah profitabilitas. Menurut Komang dan Wayan, 2019, profitabilitas menunjukkan besarnya kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan atau ukuran efektivitas manajemen perusahaan. Bagi Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi akan melaksanakan pengungkapan *CSR* yang lebih luas, berbanding terbalik dengan yang memiliki profitabilitas rendah. Penelitian profitabilitas sebelumnya dengan obyek penelitian Perusahaan Makanan dan Minuman, memberikan hasil penelitian yang berbeda.

Penelitian Permatasari dan Widyawati (2019), Wanda dan Widyawati (2018), Komang dan Wayan (2019), Arita dan Mukhtar (2019), Rahmawati, (2019), Ayem dan Rohana (2019), Komang dan Wayan (2019), Sibaran, dkk (2018), penelitiannya memberikan hasil profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *CSR*. Hasil penelitian terdahulu lainnya, Krisna, dan Suhardianto (2016), memberikan hasil profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *CSR*.

Dari beberapa penelitian yang telah dilakukan, masih terjadi ketidak konsistenan hasil mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*, sehingga penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk menguji kembali variabel-variabel yang berpengaruh terhadap pengungkapan *CSR*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada pembaca mengenai beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan *CSR* dan mengetahui apakah hasil penelitian sejalan dengan penelitian terdahulu atau tidak.

Penelitian sebelumnya tentang *CSR* dengan obyek yang sama yaitu Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI, dilakukan oleh Wati (2021), dengan judul Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Dan Komite Audit Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Fenomena yang terungkap dalam penelitian Wati (2021) bahwa perusahaan makanan dan minuman sangat sensitif dengan isu-isu kerusakan lingkungan, kecurangan, perkembangannya pesat, prospektif karena sangat dibutuhkan masyarakat sehingga saham-saham yang dimiliki paling tahan dengan krisis moneter dan ekonomi dibandingkan dengan sektor lain (Sulistyorini dan Suryono, 2019 dalam Wati 2021). Fenomena yang diungkap peneliti lain, antara lain sensitif dengan isu-isu kerusakan lingkungan akibat rendahnya perhatian pada lingkungan, penggunaan pewarna yang berbahaya, produk tidak halal. Kecurangan penggunaan bahan-bahan yang berbahaya seperti yang ditemukan dalam OREO yang mengandung melamin (Rahmayanti, 2015).

Perbedaan dengan penelitian Wati (2021), bahwa penelitian ini periode penelitiannya 2016-2020, Perbedaan juga terdapat pada variabel independennya. Pada penelitian ini variabel independennya *Leverage*, Ukuran Perusahaan (*Firm Size*), Likuiditas dan Profitabilitas, sedangkan pada penelitian sebelumnya, selain variabel Likuiditas dan Ukuran Perusahaan, variabelnya lainnya adalah Ukuran Dewan Komisaris, dan Komite Audit. Dalam penelitian Wati (2021), hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa Likuiditas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *CSR*.

Penelitian ini melakukan pengurangan variabel Dewan Komisaris dan dimasukkannya variabel *leverage* dengan pertimbangan bahwa wewenang Dewan Komisaris yaitu memberikan petunjuk dan arahan terhadap tata kelola keuangan termasuk yang dapat menimbulkan risiko kebangkrutan perusahaan. Kesalahan dalam menentukan besarnya *leverage*, dapat berakibat terhadap kebangkrutan perusahaan karena adanya beban tetap terutama dari hutang jangka panjang. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya, bahwa penelitian ini lebih menekankan pada *performance financial*, sedang penelitian sebelumnya lebih menekankan pada pelaksanaan fungsi manajemen. Begitu juga pengurangan variabel Komite Audit dan dimasukkannya variabel profitabilitas dalam penelitian ini, berkaitan dengan fungsi Komite Audit yaitu memberikan pengawasan terhadap kinerja keuangan perusahaan, yaitu profitabilitas dan profitabilitas menjadi kinerja atau tujuan yang harus dicapai agar perusahaan dapat memperluas *CSR*. Variabel pengganti yang dimasukkan kedalam penelitian ini yaitu *leverage* dan profitabilitas masih menjadi salah satu aspek pelaksanaan fungsi manajemen, sehingga pengurangan variabel pada penelitian sebelumnya tidak berarti menghilangkan peranan fungsi manajemennya.

Pada penelitian Wati (2021), masih memasukan data dari enam perusahaan yang tidak selalu setiap tahun menginformasikan *annual report*-nya selama periode penelitiannya yaitu periode 2016-2019. Akibatnya, sesuai saran hasil penelitiannya bahwa data peneliti sebaiknya lolos uji autokorelasi. Dalam penelitian ini sampel yang diambil meliputi perusahaan yang setiap

tahun selalu menginformasikan *annual report* selama periode penelitian 2016-2020.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Leverage, Firm Size, Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016-2020”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan peneliti, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Leverage* berpengaruh negatif terhadap Pengungkapan *CSR* pada Perusahaan Makanan dan Minuman?
2. Apakah *Firm Size* berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *CSR* pada Perusahaan Makanan dan Minuman?
3. Apakah Likuiditas berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *CSR* pada Perusahaan Makanan dan Minuman?
4. Apakah Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Pengungkapan *CSR* pada Perusahaan Makanan dan Minuman?

## **C. Pembatasan Masalah**

Penelitian ini memiliki beberapa batasan penelitian yaitu :

1. Penelitian ini hanya membahas tentang pengaruh *leverage*, *firm size*, likuiditas dan profitabilitas terhadap Pengungkapan *CSR* pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI.

2. Penelitian ini dengan populasi Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman (*Food and Beverage*) yang terdaftar di BEI.
3. Periode penelitian 2016-2020.

#### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pokok masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- 1) Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh negatif *leverage* terhadap Pengungkapan *CSR* pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI.
- 2) Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh positif *firm size* terhadap Pengungkapan *CSR* pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI.
- 3) Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh positif likuiditas terhadap Pengungkapan *CSR* pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI.
- 4) Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh positif profitabilitas terhadap Pengungkapan *CSR* pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI.

##### **2. Manfaat Penelitian**

###### **a. Bagi peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis Karena mendapatkan gambaran mengenai pengaruh *leverage*, *firm size*, likuiditas

dan profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI.

b. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya mengenai pengaruh *leverage*, *firm size*, likuiditas dan profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pihak manajemen sebagai bahan pertimbangan untuk mengatasi masalah yang berhubungan dengan pengaruh *leverage*, *firm size*, likuiditas dan profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI.

