

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pada saat ini tanggung jawab sosial perseroan semakin menjadi perhatian lebih dikalangan dunia usaha. Kekhawatiran organisasi terhadap iklim sosialnya saat ini sangat penting karena kehadiran organisasi di tengah-tengah masyarakat mengarah pada masalah sosial, penduduk, pemborosan aset, kualitas barang, tingkat kesejahteraan barang serta hak dan status pekerja. Hasil dari pertemuan yang berbeda memberikan kekuatan pada organisasi untuk mengakui tanggung jawab mengenai dampak latihan bisnis mereka terhadap masyarakat (Abbas et al., 2019). Secara khusus CSR adalah pusat moral bisnis, di mana sebuah organisasi tidak memiliki komitmen moneter resmi kepada investor (investor) namun perusahaan memiliki komitmen untuk pertemuan yang berbeda yang berhubungan (*shareholders*) yang tidak bisa dilepas dari realitas jika sesuatu perusahaann tidak mampu hidup, bertahan serta beroperasi dan mendapat laba tanpa pertolongan dari berbagai pihak. Dengan begitu, CSR memperlihatkan kekawatiran perusahaan untuk keperluan pertemuan yang berbeda secara tinggi komprehensif (mitra) apalagi sekadar keperluan organisasi yang sebenarnya. (R. A. Putri & Christiawan, 2014).

Hal yang selalu ingin di bangun pada setiap perusahaan adalah keunggulan positif tentang perusahaan. CSR dianggap sebagai cara bagi perusahaan untuk

membangun kualitas itu. Dengan asumsi perusahaan telah menyatakan bahwa komitmen CSR hanyalah suplemen untuk penggunaan rencana keuangan, maka pada saat itu, otoritas publik melihat CSR untuk mendapatkan cadangan uang diluar tarif dan keharusan regulasi lainnya. Pemeriksaan secara aktual menerangkan perusahaan di Indonesia mempunyai kualitas tanggung jawab sosial atau *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* yang bertambah rendah diantara perusahaan milik Thailand yang dilansir dalam CNN Indonesia (R. A. Putri & Christiawan, 2014).

Cerminan Fenomena Kekecewaan CSR yang tumbuh di Indonesia diantaranya PT Newmont Minahasa Raya peristiwa pencemaran Teluk Buyat, peristiwa lumpur panas sidoarjo, persoalan industri tambang minyak serta gas bumi, persoalan PT Kelian Equatorial Mining pada komunitas Dayak, persoalan suku Dayak dengan perusahaan tambang emas kepunyaan Australia (Aurora Gold), persoalan pencemaran air raksa yang menghantui kehidupan 1,8 juta jiwa penduduk Kalimantan Tengah yakni peri suku Dayak dengan Minamata, persoalan kehancuran area di posisi penambangan timah invkonvensional dilaut Pulau Bangka-Belitung. Perkara lain yang setara juga terjalin di Kampung Sapiri, Kelurahan Botomani, Kecamatan Bontomarannu yang mengakibatkan terjadinya pencemaran aliran irigasi punya warga dan beraromatidak sedap ialah diakibatkan oleh limbah PT. Ultra Milk Industri Tbk yang mengakibatkan bau tidak enak sehingga mengakibatkan warga sekitar merasa nafas semakin sesak dan muntah-muntah. Limbah ini

meakibatkan pemberian air yang diberikan untuk masyarakat memiliki kandungan limbah yang tercemar sehingga membuat masyarakat gatal-gatal.

Namun banyak organisasi di Indonesia yang efektif dalam melakukan CSR. Kasus kemajuan CSR diantaranya dilakukan oleh PT. Djarum dengan rencana hibah yang luar biasa. Selanjutnya PT. Indocement Tungal Prakarsa Tbk yang menjadi antara lain ilustrasi organisasi yang benar-benar berpikiran dengan pemeliharaan alami dengan melakukan program kegiatan Clean Development Mechanism (CDM) yang merupakan program partisipasi antara negara-negara berkembang dan negara-negara agraris dalam menandai Konvensi Kyoto untuk mengurangi arus keluar zat perusak ozon untuk membantu secara efektif. Lalu terdapat pula program Mitra Produksi Sampoerna (MPS) yang merupakan program kementerian, selesai dengan organisasi kecil dan menengah, koperasi serta sekolah berbasis islami menjadi kaki tangan kreasi organisasi dengan memberikan manfaat utama yaitu adanya bisnis, gerakan inovasi dan pemulihan ekonomi masyarakat di sekitar perusahaan (Anggiriawan, 2020).

Pada saat ini, banyak perusahaan dituntut untuk bersaing dikerasnya pesaing pasar global. Salah satu sistem yang sekarang banyak, bagaimana organisasi memiliki pilihan untuk bersaing adalah menyelesaikan latihan yang tidak hanya berfokus pada pemberian keuntungan untuk perusahaannya saja tapi juga kepada masyarakat dan lingkungan sekitar. Perusahaan harus mampu mempelajari bahwa kewajiban mereka bukan hanya kewajiban investor saja, tetapi perusahaan harus lebih luas memberikan pengaruh positif untuk daerah

setempat sehingga secara tidak langsung perusahaan mendapat manfaat dari kepedulian nya terhadap lingkungan sekitar. Satu jenis positif untuk perusahaan adalah ketika perusahaan mengerjakan latihan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* (Respati & Hadiprajitno, 2015a). *Corporate Sosial Responsibility* yaitu suatu rencana perusahaan yang memiliki beragam tanggung jawab kepentingan seperti karyawan, investor, pembeli, daerah setempat dan iklim. Jadi dengan cara ini CSR sangat berkaitan erat dengan pergantian peristiwa yang dapat dikelola, dimana organisasi diharapkan untuk berkonsentrasi pada manfaat atau keuntungan, namun disamping itu mempertimbangkan resiko produksi dimana pasti bakal menimpa masyarakat dan lingkungan sekitar dalam jangka pendek dan panjang. Oleh karena itu di Indonesia, masih beraneka ragam organisasi perusahaan yang bersaing untuk memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan nya. Di Indonesia terdapat peraturan mengenai kesadaran mejaga lingkungan dan tanggung jawab sosial yang terdapat pada peraturan organisasi kewajiban tertentu No. 40 pasal 74 tahun 2007. Makah hal ini organisasi yang melakukan latihan bisnis yang berhubungan dengan aset tetap wajib melakukan kewajiban sosial dan alam. Kemudian, pada saat itu terdapat Pasal 66 ayat 2c Peraturan No. 40 Tahun 2007 yang menyebutkan bahwa seluruh organisasi wajib memberitahukan mainfestasi kewajiban sosial dan ekologis saat laporan tahunan organisasi (Respati & Hadiprajitno, 2015a).

*Corporate Sosial Responsibility (CSR)* adalah suatu program kewajiban sosial dan ekologi di wilayah sekitar perusahaan. Gagasan yang disampaikan oleh John Elkington (1997) adalah The Triple Bottom Line menjelaskan

supaya perusahaan untuk mengawasi daya tahannya, organisasi harus fokus pada 3P yaitu *Profit*, *Planet* dan *People*.

Sedangkan gagasan menurut Hasibuan dan Sedyono (2006:73) menjelaskan tentang pengungkapan CSR dikerjakan perusaahaa untuk memenuhi kepentingan *stakeholder* dan jaminan mitra perkembangan perusahaan jangka panjang. CSR dianggap siap untuk menekankan pemisahan citra perseroan, cara mendapatkan ijin kerja, baik dari otoritas public maupun daerah, serta teknik dewan peraturan perusahaan (Purba & Candradewi, 2019).

Beberapa tahun ini tanggung jawab sosial perusahaan terlambat menjadi berita rangkaian utama perusahaan. Dalam mejalankan bisnis nya perusahann tidak terlepas dari lingkungan dan masyarkat. Menurut (Braendle & Mozghovyi, 2013) menjelaskan bahwasannya setiap organisasi ataupun bisnis memiliki tanggung jawab sosial terhadap sekitarnya. Beberapa diantara informasi yang perlu kita dapatkan gunakan untuk kemajuan perusahaan adalah tentang informasi tanggung jawab perusahaan (Dewi & Ratna Sari, 2019). Perusahaan diminta untuk meneruskan berbagai berita mengenai kegiatan sosialnya. Selama ini pertumbuhan akuntansi konvensional (mainstream accounting) telah berlebih memperoleh kritik yang tidak bisa menanggapi keperluan penduduk menurut lebar, sehingga setiap perseroan wajib memberitahukan penjelasan pertanggung jawaban sosial dalam bentuk data keuangan (Kartikasari, 2011). Tanggung jawab sosial menurut umumnya yakni dengan cara apa perusahaannya memberikan bentuk kepeduliannya untuk lingkungan sekitar nya terhadap dampak yang terjadi, yang diakibat

oleh kegiatan operasional perusahaan baik secara sosial maupun ekonomi (Mudjiyanti, 2017).

Pelaksanaan CSR yang berada di Indonesia untuk saat ini masih pada tahap pembagian keuntungan untuk dipergunakan keinginan (*feel needs*) dibandingkan untuk kebutuhan (*real needs*). Hal tersebut disebabkan karena ada beberapa perusahaan yang belum memahami dan menyediakan kebutuhan warga melalui pelaksanaan CSR yang tepat. Adanya kecenderungan perusahaan yang selalu memberikan sumbangan dapat menciptakan suatu ketergantungan terhadap perusahaan. Dalam hal ini seharusnya perusahaan perlu melakukan pengembangan terhadap masyarakat dan daerah disekitar agar memiliki kualitas hidup yang lebih baik, sehingga antara perusahaan dan masyarakat dapat berkembang secara bersama – sama (Nayenggita et al., 2019).

Menurut (Darmawan Citrajaya, 2020) karakteristik pelaporan keuangan dalam laporan keuangan bisa dikasifikasikan menurut tata urutan dan tata kerja keuangan. Pandangan perusahaan –perusahaan di Indonesia tentang CSR berbeda-beda ada yang menilai CSR sebagai kegiatan *Philantropy* atau di sisi lain kemurahan hati yang ramah dari kemitraan untuk membantu orang miskin. Ada juga organisasi yang berfikir CSR sebagai keikutsertaan, korporasi dalam pembangunan bangsa bersama pemerintah (Fahham, 2011).

Hal penelitian terdahulu menghasilkan berbeda dari CSR. Pada riset ini menggunakan *leverage*, *likuiditas* dan *provitabilitas*. Pada riset (Arita & Mukhtar, 2019) dan (Abbas et al., 2019) menjelaskan bahwa *leverage*

berpengaruh negative terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan riset yang dilakukan oleh Leny (2006) dan Sembiring (2005) menyampaikan bahwa *leverage* tidak berpengaruh negative terhadap CSR (Arif & Wawo, 2016).

*Profitabilitas* adalah suatu kinerja perusahaan untuk memperoleh laba serta untuk meningkatkan nilai pemegang saham. Dalam beberapa tingkatan profitabilitas yang bertambah banyak menggambarkan untuk memperoleh entitas perlu menghasilkan laba yang semakin tinggi, sehingga entitas bisa untuk meningkatkan tanggung jawab sosial, serta melakukan pertanggung jawab sosial dalam laporan keuangan yang lebih luas (R. Putri et al., 2017). Menurut (Rachman, 2018) dan (R. A. Putri & Christiawan, 2014), *Profitabilitas* adalah perusahaan yang menunjukkan pemeriksaan antara manfaat dengan sumber daya atau modal yang digunakan untuk menghasilkan manfaat ini semua, dalam semua profitabilitas adalah kapasitas organisasi untuk menciptakan manfaat selama beberapa rentang waktu dalam periode tertentu. Hasil riset (Respati & Hadiprajitno, 2015a) profitabilitas yang semakin tinggi dapat meningkatkan pengungkapan informasi sosialnya. Untuk mengukur tingkat Profitabilitas perusahaan menggunakan alat ukur *return on asset* (ROA). ROA merupakan suatu indikator keuangan yang menggambarkan kapasitas perusahaan dalam mendapatkan hasil laba atas total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar rasio yang didapatkan maka semakin besar laba yang diperoleh atas aset yang dimiliki. Menurut (Daleski, 2009) profitabilitas berkaitan negative dengan pengungkapan CSR. Hal ini

menurut (R. A. Putri & Christiawan, 2014) pengungkapan sosial berlebihan ketika untuk menggunakan profitabilitas yang berlebihan.

Profitabilitas adalah komponen yang membuat eksekutif bebas dan mudah beradaptasi untuk mengungkapkan kewajiban sosial kepada perwakilan pemilik saham, sehingga semakin tinggi suatu tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin banyak pula penerimaan informasi sosial yang didapatnya (R. A. Putri & Christiawan, 2014).

Leverage adalah suatu kemampuan yang dimiliki perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjangnya (Safitri et al., 2018). Leverage merupakan alat ukur untuk seberapa ketergantungan suatu perusahaan pada kreditur untuk membiayai aset perusahaan yang dimiliki. Pada perusahaan yang mempunyai tingkat leverage yang tinggi maka perusahaan tersebut semakin tergantung pada upaya luar untuk mendukung sumber dayanya. Sedangkan pada perusahaan yang tidak bergantung atau perusahaan yang mempunyai tingkat leverage lebih rendah tentu akan lebih banyak membiayai asetnya dengan modal sendiri (Abbas et al., 2019).

Menurut Harahap (2013) *Leverage* adalah proporsi yang menggambarkan hubungan antara kewajiban perusahaan dengan proporsi modal yang harus dilihat dari seberapa jauh perusahaan didukung oleh kewajiban atau pertemuan luar dengan kapasitas organisasi yang digambarkan oleh modal. Perusahaan yang memiliki tingkat pengaruh yang tinggi sangat bergantung pada kredit luar untuk mendukung sumber daya mereka (Ilmu & Akuntansi, 2001).

Leverage adalah tingkat kemampuan perusahaan untuk memanfaatkan sumber daya atau modal yang memiliki biaya tetap (kewajiban atau penawaran) sejauh memahami tujuan perusahaan untuk meningkatkan harga diri perusahaan (Sabilla et al., 2018).

Rasio leverage ataupun rasio utang yang sering diketahui dengan rasio solvabilitas, Bagi Agnes Sawir (2000:13) menerangkan tentang leverage yaitu: Rasio Leverage mengukur tingkatan solvabilitas suatu industri. Rasio ini membuktikan keahlian industri buat memenuhi semua kewajiban finansialnya seandainya industri pada disaat itu dilikuidasi (Safitri et al., 2018). Penelitian yang menimpa *leverage* terhadap pengungkapan CSR yang dicoba oleh (Fahham, 2011) serta (Respati & Hadiprajitno, 2015a) melaporkan jika variabel leverage mempengaruhi negative terhadap pengungkapan CSR. Menurut (Mudjiyanti, 2017) serta (Daleski, 2009) yang menyatakan kalau variabel *leverage* tidak berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR (Arif & Wawo, 2016).

*Likuiditas* merupakan sesuatu keadaan perusahaan yang mempunyai keahlian untuk mengenali operasional perusahaan serta melunasi hutang dalam jangka waktu pendek. Rasio ini digunakan buat memberitahukan cerminan mengenai suatu pengaruh kesiapan suatu industri terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial industri terhadap CSR (R. Putri et al., 2017). Dari sebagian riset yang menimpa penafsiran *likuiditas* merupakan kemampuan industry buat memenuhi kewajiban keuangan jangka pendeknya yang lekas wajib terpenuhi. Industri yang mempunyai keahlian guna

membayar lebih besar sehingga sanggup penuh seluruh kewajiban finansialnya yang dipadati selaku industry yang likuid (Safitri et al., 2018). Bagi Fahmi (2012, p.53) rasio likuiditas digunakan buat mengukur keahlian industry dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Menurut Rahardjo (2006, p. 110) rasio likuiditas bertujuan untuk industry dalam memenuhi kewajiban jangka pendek serta komitmen pembayaran keuangan. Terus menjadi besar rasio likuiditas maka hendak terus menjadi baik untuk investor. Industri yang dimintai oleh investor merupakan industry yang mempunyai rasio likuiditas yang lumayan besar buat standar industry sejenisnya (Safitri et al., 2018).

Riset ini mengacu pada penelitian (Abbas et al., 2019) yang bertajuk pengaruh profitabilitas, leverage, serta likuiditas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang telah go public serta terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2015-2017. Ada beberapa perbedaan anatara riset ini dengan riset lebih dahulu ialah terdapat ada nya penghapusan variabel independen ukuran perusahaan serta periode penelitian 2017-2020. Pemilihan sampel pada industry makanan dan minuman dipilih sebab sector industry makanan dan minuman merupakan salah satu sktor usaha yang akan terus mengalami pertumbuhan. Selain itu juga industry makanan dan minuman merupakan cabang industry manufaktur unggulan. Pentingnya penelitian ini dikarenakan setiap saat perusahaan makanan dan minuman akan selalu meningkatkan laba penjualannya yang dilakukan dengan memperbarui dari segi kualitas, penampilan serta rasa dari

makanan dan minuman yang dibuat oleh perusahaan tersebut. Sehingga juga dapat menambah lapangan pekerjaan bagi lingkungan sekitar.

## **B. RUMUSAN MASLAH**

1. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR?
2. Apakah leverage berpengaruh positif terhadap CSR?
3. Apakah likuiditas berpengaruh positif terhadap CSR?

## **C. PEMBATAAN MASALAH**

Penelitian ini memiliki beberapa batasan agar lebih fokus pada permasalahan yang hendak diangkat. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel yang diteliti adalah profitabilitas, leverage dan likuiditas.
2. Data penelitian ini diambil dari laporan tahunan perusahaan *consumer non-cyclicals* yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)
3. Sampel penelitian perusahaan sektor perbankan periode 2017-2020.

## **D. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

Adapun yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh positif profitabilitas terhadap CSR pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*.
2. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh positif leverage terhadap CSR pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*.
3. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh positif likuiditas terhadap CSR pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*.

Adapun manfaat yang hendak didapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan wawasan penelitian khususnya mengenai karakteristik perusahaan yang mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan informasi mengenai pentingnya CSR dalam laporan tahunan serta dapat dijadikan pertimbangan dalam mengambil keputusan atau pembuatan suatu kebijakan yang terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan.

