

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan yang akhir – akhir ini berkembang pesat dengan dasar utamanya adalah mencari keuntungan semaksimal mungkin, namun selain itu juga harus memikirkan ketentraman masyarakat dan juga mengelola lingkungan sekitar operasi bisnis perusahaan, maka dari itu suatu perusahaan memerlukan laporan finansial (Volume *et al.*, 2019). Laporan finansial mampu dipahami sebagai dokumentasi dari perubahan dunia bisnis yang dapat menyebabkan meningkatnya persaingan antar perusahaan. (Khafifah *et al.*, 2021). Persaingan semakin pesat mendorong perusahaan mencari cara untuk mencapai keuntungan yang tinggi dan biaya rendah. Oleh karena itu perusahaan sering mengabaikan isu – isu sosial, misalnya kesejahteraan karyawan, kesejahteraan sosial, pencemaran sampah produksi, ketentraman lingkungan dan isu – isu secara langsung atau tidak langsung ada di sekitar perusahaan. Masyarakat menginginkan perusahaan memprioritaskan akibat sosial yang di timbulkan juga berusaha mengelolanya. Adanya ketentuan itu serta terdapat kemajuan IPTEK saat ini, perusahaan perlu mengubah tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR (*Corporate Social Responsibility*) untuk kegiatan kemasyarakatan (Fitriyah, 2020).

Secara teori, CSR adalah jantung dari etika bisnis, karena setiap bisnis memiliki kewajiban keuangan dan norma tidak hanya kepada pemegang saham (*shareholders*) namun juga pada pemangku kepentingan (*stakeholders*) lainnya yang tidak dapat dipisahkan dari berbagai pihak. Dengan demikian, tanggung

jawab sosial perusahaan secara komprehensif menggambarkan perhatian perusahaan terhadap ketertarikan pihak lain (*Stakeholders*) serta kepentingannya sendiri (Khanifah *et al.*, 2021). Perusahaan kini diwajibkan untuk melakukan tanggung jawab sosial yang tertata dalam undang – undang Nomor 40 tahun 2007 terkait Perseroan Terbatas, Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai tindakan untuk perusahaan untuk mengelola maupun mempengaruhi sumber daya alam bersifat material, tidak eksklusif, dan diungkapkan secara layak dalam laporan finansial. Sehingga pelaksanaan program tersebut akan meningkatkan reputasi perusahaan, kepercayaan publik, dan citra perusahaan (Danuwijaya & Triyanto, 2018). Sehingga perusahaan saat ini diminta untuk merubah dasar utama tujuan mereka, yaitu bukan dari sudut pandang ekonomi melainkan dari segi sudut pandang kemasyarakatan.

Fenomena yang terkait mengenai Pengungkapan CSR. Djainal Abidin Simanjatak, Institut Demografi FEB UI, menyatakan bahwa Praktik CSR di Indonesia mempunyai berbagai polemik terutama terkait perbedaan konsep dan pandangan dengan berbagai Negara lainnya. Praktek CSR diberbagai Negara ini sifatnya lebih pada sukarela karena tidak adanya regulasi khusus yang mengatur terkait hal tersebut, sedangkan di Indonesia kegiatan CSR memiliki aturan hukum yang harus di patuhi oleh perusahaan. Konsep CSR di Indonesia masih belum dipahami oleh berbagai pihak. Bahkan kebanyakan perusahaan di Indonesia masih menganggap penerapan CSR hanya akan membebani biaya perusahaan dan mengurangi laba pemilik saham. Jika menjadi beban produksi maka mau tidak mau perusahaan harus menaikkan harga barang untuk menutupi *cost* tersebut. Akan

tetapi cara tersebut tidaklah baik dan bijaksana sehingga banyak perusahaan pada akhirnya tidak melaksanakan kegiatan CSR. Tidak banyak perusahaan yang memasukkan CSR sebagai strategi bisnis untuk menciptakan brand image atau reputasi yang baik. Alih alih mendorong investasi, Djainal bahkan menilai penerapan CSR di Indonesia justru dapat mengganggu iklim investasi, terutama di daerahnya. Ketika ada pemda yang dananya kurang, lalu mewajibkan perusahaan melaksanakan CSR Bahkan di berbagai daerah (Andriani, 2021).

Tabel 1.1

**Pengungkapan CSR Pada Tahun 2021 Pada Perusahaan
Makanan Dan Minuman**

NO	KODE & NAMA PERUSAHAAN	JUMLAH ITEM PENGUNGKAPAN CSR (2021)	JUMLAH ITEM PENGUNGKAPAN CSR (2021)	JUMLAH PERHITUNGAN
1	CAMP (Campina Ice Cream Industry Tbk)	14	91	0,154
2	DLTA (Delta Djakarta TBK)	39	91	0,429
3	MLBI (Multi Bintang Indonesia Tbk)	9	91	0,099
4	MYORA (Mayora Indah Tbk)	26	91	0,286
5	ROTI (Nippon Indosari Corpindo Tbk)	25	91	0,275
6	ULTJ (Ultra Jaya Milk Industry Tbk)	24	91	0,264

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2022)

Pada tabel menjelaskan pengungkapan CSR pada perusahaan makanan dan minuman. Dimana pada perusahaan mengungkapkan CSR tertinggi kesatu yaitu Perusahaan DLTA 0,429, kemudian pengungkapan CSR tertinggi ke dua yaitu Perusahaan MYORA 0,286, pengungkapan CSR yang tertinggi ketiga yaitu Perusahaan ROTI 0,275 , pengungkapan CSR Tertinggi keempat yaitu Perusahaan ULTJ 0,264, perusahaan CAMP berada pada tingkat ke lima pengungkapan CSR yaitu 0,154, hingga perusahaan dengan perusahaan pengungkapan CSR Terendah yaitu MLBI 0,099

Tabel 1.2

Data Rata Rata Harga CPO (Rp) pada tahun 2017 – tahun 2022

NO	TAHUN	RATA-RATA HARGA CPO (Rp)
1	2017	7.948,13
2	2018	6.888,43
3	2019	6.540,11
4	2020	8.165,51
5	2021	11.145,29
6	2022	12.905,03

Sumber : Dinas Perkebunan dan Peternakan Kalimantan Barat (2022)

Berdasarkan pada data tabel diatas menunjukkan adanya fluktuasi atau dalam kondisi yang tidak menentu naik turun dari harga komoditas dari kelapa sawit. Pada tahun 2019 menunjukkan rata rata harga minyak sawit mentah atau CPO (*Clude Palm Oil*) terendah yaitu sebesar 6.540,11 dan harga tertinggi pada tahun

2022 sebesar 12.905,03. Ini menunjukkan mulai dari tahun 2017 hingga sampai tahun 2022 mengalami peningkatan.

Tabel 1.3

Data Rata – Rata Harga TBS (Rp) pada tahun 2017 -2022

RATA RATA HARGA TBS (Rp)							
No	Umur Tanaman	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2022
1	3 THN	1.331,76	1.122,24	1.017,96	1.311,25	1.874,97	2.228,17
2	4 THN	1.443,54	1.212,55	1.090,77	1.405,04	2.006,28	2.382,33
3	5 THN	1.545,42	1.298,26	1.167,32	1.503,65	2.144,93	2.545,52
4	6 THN	1.590,85	1.336,78	1.203,97	1.550,86	2.212,27	2.625,42
5	7 THN	1.650,77	1.386,44	1.247,22	1.606,56	2.292,31	2.720,81
6	8 THN	1.700,84	1.429,11	1.287,72	1.658,74	2.365,24	2.806,35
7	9 THN	1.749,29	1.465,42	1.310,09	1.687,56	2.405,43	2.853,43
8	10-20 THN	1.809,27	1.519,28	1.365,04	1.758,33	2.510,86	2.981,57
9	21 THN	1.774,90	1.490,53	1.339,61	1.725,58	2.465,85	2.929,30
10	22 THN	1.763,45	1.481,45	1.333,11	1.717,21	2.454,34	2.915,94
11	23 THN	1.686,03	1.422,78	1.299,72	1.674,19	2.394,54	2.846,01
12	24 THN	1.647,80	1.386,23	1.253,87	1.615,13	2.312,43	2.750,01
13	25 THN	1.597,53	1.342,64	1.210,85	1.559,71	2.235,39	2.659,94

Sumber : Dinas Perkebunan dan Peternakan Kalimantan Barat (2022)

Tabel tersebut menunjukkan bahwa perkembangan harga Tandan Buah Segar atau TBS tahun 2017- 2022 terjadinya fluktuasi atau pada keadaan yang tidak stabil naik turun. Pada tahun 2017 umur tanaman 3 - 20 tahun mengalami peningkatan namun di tahun 2017 untuk tanaman umur 21 – 25 tahun mengalami penurunan harga yaitu rata rata dari 1.809,27 menjadi 1.597,53. Akan tetapi jika dilihat dari perkembangan periode 3 tahun terakhir harga rata rata TBS tertinggi yaitu pada tahun 2022 umur tanaman 10 - 20 tahun dengan rata rata harga TBS 2.981,57. Sedangkan harga rata rata TBS terendah terjadi pada tahun 2020 umur tanaman 3 tahun dengan rata rata harga TBS 1.311,25.

Salah satu kunci peningkatan CSR perusahaan tidak terkecualikan dari kecakapan manajemen guna mendorong kinerja finansial meliputi *Leverage* Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan. Masing - masing memberikan peran yang berbeda terhadap kehadiran perusahaan di sebagian besar masyarakat. Perusahaan dengan *leverage* tinggi menunjukkan bahwa perusahaan sangat bergantung pada pinjaman eksternal untuk membiayai substansinya, sementara perusahaan *leverage* rendah lebih cenderung membiayai anggaran mereka dengan ekuitas (Rahmawati & Retnani, 2021). *Leverage* adalah rasio yang digunakan untuk menghitung penggunaan dana dari hutang atau pinjaman untuk membiayai suatu bisnis. Usaha yang dibiayai dengan pinjaman secara langsung akan berkewajiban untuk pembayaran kredit (bunga dan pokok pinjaman) dan lainnya seperti biaya administrasi, biaya komisi (Danuwijaya & Triyanto, 2018).

Likuiditas juga mempengaruhi keputusan perusahaan untuk pengungkapan CSR perusahaan. Likuiditas bisa didefinisikan sebagai kesanggupan suatu usaha

untuk melengkapi kewajiban – kewajiban finansialnya dengan jangka singkat ataupun kemampuan untuk membayarnya dengan segera (Maruli Tua, 2021). Likuiditas perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk meneruskan kegiatan operasionalnya. Likuiditas dapat dinilai mencerminkan ketentraman perusahaan apabila perusahaan dapat dengan pesat memenuhi kewajibannya atas dana jangka pendek atau peluang bisnis jangka pendek. Perusahaan dengan tingkat likuiditas tinggi membuka laporan lebih cepat dibandingkan perusahaan dengan tingkat likuiditas rendah. Kondisi ini didasarkan pada peluang ekonomi bahwa jika perusahaan yang kuat membuka lebih banyak laporan sedangkan dari pada perusahaan yang lemah (Fauziah & Asyik, 2019).

Faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan dalam pengungkapan perusahaan selanjutnya adalah Profitabilitas. Profitabilitas adalah perbandingan yang menghitung seberapa besar kinerja perusahaan untuk mewujudkan keuntungan dalam tingkat jual, substansi, dan modal ekuitas. Profitabilitas yang tinggi menggambarkan kinerja suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang lebih besar, memungkinkan perusahaan untuk memajukan tanggung jawab sosialnya dan memuat tanggung jawab sosialnya ke pada laporan tahunan yang jauh merata (Yovana & Kadir, 2020). Profitabilitas menggambarkan upaya yang telah dilakukan manajemen dalam menjalankan bisnis untuk memaksimalkan keuntungan. Seorang investor menanamkan modal (*Kapitalis ventura*) memilih perusahaan dengan profitabilitas tinggi karena mereka mempunyai harapan perusahaannya akan memperoleh return yang cukup tinggi (Fadhilah, R. *et al.*, 2021)

Faktor selanjutnya berdampak pada keputusan perusahaan dalam pengungkapan CSR yaitu Ukuran Perusahaan. Ukuran perusahaan didefinisikan sebagai perbandingan yang dipakai untuk mendefinisikan seberapa besar kecilnya suatu perusahaan. Secara umum, perusahaan besar membuka lebih banyak laporan dibandingkan perusahaan kecil. Hal tersebut disebabkan karena besarnya perusahaan adalah emiten (penerbit) sangat di perhatikan oleh masyarakat dan pelaporan lebih besar menurunkan biaya politik bentuk tanggung jawab sosial perusahaan (Yovana & Kadir, 2020). Ukuran Perusahaan (*firm size*) menggambarkan peranan pengukuran yang dipakai dalam pengukuran besar dan kecilnya usaha. Perusahaan dengan total asset tinggi menandakan jika perusahaan tersebut mempunyai ukuran perusahaan yang besar pula dan terkenal merata. Dapat dijelaskan bahwa perusahaan semakin besar maka semakin tinggi CSR yang diungkapkan dibandingkan dengan perusahaan kecil (Danuwijaya & Triyanto, 2018).

Pengungkapan CSR perusahaan berdasarkan dengan memakai data pelaporan finansial tahunan perusahaan. Objek yang dimanfaatkan dalam studi ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri makanan dan minuman (*Food and Beverage*). Perusahaan industri makanan dan minuman dipilih, sebab industri makanan dan minuman menggambarkan salah satu bidang ekonomi yang akan terus berkembang seiring dengan pertumbuhan, dan situasi ekonomi di Indonesia yang mempengaruhi permintaan konsumen tidak berbeda. Devisi dari perusahaan manufaktur besar yaitu Industri makanan dan minuman (Khanifah *et al.*, 2021). Dari beberapa survei yang dilakukan tentang pengungkapan CSR perusahaan oleh

produsen di industri makanan dan minuman terus menunjukkan perbedaan dan temuan mereka.

Penelitian oleh (Purba & Candradewi, 2019) menunjukkan bahwa variabel *leverage* menghasilkan positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR, karena perusahaan dengan *leverage* yang lebih tinggi akan menerbitkan lebih banyak laporan karena *leverage* yang lebih tinggi biaya perusahaan keagenan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi. Perusahaan dengan *leverage* tinggi maka diwajibkan memberikan laporan yang lebih rinci dari pada perusahaan dengan *leverage* rendah. Sebuah studi oleh (Vivian *et al.*, 2020) menunjukkan bahwa variabel *Leverage* dan Profitabilitas tidak berpengaruh dan tidak signifikan dikarenakan tata kelola industri dengan tingkat *leverage* yang tinggi justru akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang ditimbulkannya sehingga tidak menjadi fokus utama kreditur. (Purba & Candradewi, 2019).

Purba & Candradewi, (2019) menemukan bahwa Variabel Likuiditas berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap pengungkapan CSR, Likuiditas merupakan kapasitas yang sering menjadi kriteria bagi investor dalam penilaian industri. Oleh sebab itu, likuiditas yang tinggi perusahaan dapat mengarah pada mengungkapkan CSR. Sedangkan menurut (Khafifah *et al.*, 2021) Likuiditas juga tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, dinyatakan seperti itu karena Likuiditas perusahaan adalah kondisi dimana menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membiayai operasi dan memenuhi utang jangka singkat. Perbandingannya untuk memberikan paparan tentang pengaruh dana perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Industri yang unggul

menurut finansial cenderung mengungkapkan lebih banyak laporan CSR dari pada perusahaan dengan likuiditas rendah (Santosa & Ayu, 2021).

Purba & Candradewi, (2019) menemukan bahwa Profitabilitas yang tinggi memicu *stakeholder* akan transparansi yang perlu dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan minat serta harapan mereka, oleh sebab itu bisa dikatakan bahwa semakin tingginya tingkat untung yang diperoleh perusahaan pengungkapan tanggungjawab sosial menjadi terarah menjadi lebih penting. Menurut (Fauziah & Asyik, 2019) berpendapat bahwa Variabel Profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap Pengungkapan CSR dikarenakan perusahaan menganggap tidak perlunya pengungkapan tanggung jawab sosial yang tinggi pada waktu industri memiliki profitabilitas yang tinggi juga dan perusahaan tidak harus melaporkan hal-hal yang bisa mengganggu laporan terkait keberhasilan finansial perusahaan (Sularsih *et al.*, 2022)

Purba & Candradewi, (2019) yaitu Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengungkapan CSR, perusahaan yang tumbuh adalah emiten yang mendapat perhatian lebih, pengungkapan yang lebih kuat dari pada penyusutan biaya kebijakan sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan. Sementara itu (Ali *et al.*, 2021) berpendapat bahwa variabel ukuran perusahaan menunjukkan pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR. Saat melakukan investasi, investor sering mempertimbangkan ukuran perusahaan. Perusahaan yang lebih besar akan menerbitkan banyak laporan dibanding perusahaan yang lebih kecil. Memang,

perusahaan besar akan menghadapi risiko strategis yang lebih besar dari pada perusahaan kecil. (Fauziah & Asyik, 2019).

Hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan inkonsistensi. Oleh karena itu dari saran sebelumnya mendorong peneliti untuk melakukan pembaharuan yang membedakan dari penelitian sebelumnya dalam mengkaji secara detail pengungkapan CSR perusahaan pada perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman yang terdaftar di BEI. Penelitian ini terkait dengan penelitian terdahulu oleh (Purba & Candradewi, 2019), yang semula ditargetkan pada perusahaan manufaktur, namun dilakukan pembaharuan untuk diubah menjadi target yang lebih sempit pada perusahaan manufaktur di sektor industri barang konsumsi makanan dan minuman. Perusahaan ini tentunya memiliki tingkat pendapatan yang tinggi, karena perusahaan makanan dan minuman itu *consumables* merupakan produsen barang-barang konsumsi yang sudah menjadi kebutuhan utama seluruh masyarakat, oleh karena itu *retailer Riset* adalah riset berkelanjutan dengan menggunakan objek usaha yang diproduksi di industri makanan dan minuman. Kedua, periode penelitian dari tahun 2014 ke 2016 oleh (Purba & Candradewi, 2019) penelitian diubah menjadi periode tahun 2017 - 2021.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini mengambil judul “ **Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Pada Tahun 2017 – 2021.**

1.2 Ruang lingkup

Berdasarkan latar belakang di atas, maka ruang lingkup dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Leverage*, Likuiditas, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*.
2. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI).
3. Periode penelitian dibatasi pada Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Pada Tahun 2017 – 2021

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang atas, praktik CSR masih dianggap sukarela jika menyangkut perusahaan Indonesia . Perusahaan Indonesia masih percaya bahwa CSR akan membebankan *cost* pada perusahaan dan mengurangi keuntungan pemegang saham, karena tidak ada peraturan yang mengatur CSR. Oleh karena itu, praktik semacam ini dapat menghambat investasi dengan membebani dengan membebani perusahaan dengan kewajiban yang tampaknya “di paksa” . Pada data CSR yang sudah di jelaskan di latar belakang menunjukkan bahwa perusahaan

yang mengungkapkan CSR tertinggi yaitu Perusahaan DLTA 0,429 sedangkan perusahaan yang mengungkapkan CSR terendah yaitu MLBI 0,099.

Perusahaan makanan dan minuman yang diduga gagal melaksanakan CSR adalah perusahaan sawit. Tercatat terdapat 21 petani besar kelapa sawit swasta di Kabupaten Pasaman Barat, Sumatera Barat dilaporkan diprediksi gagal menyalurkan dana CSR kepada Masyarakat sekitar. Direktur ekonomi Sekretariat Daerah Pasaman Barat, Syafnir di Simpang Empat, Senin membenarkan ke-21 perusahaan PBS kelapa sawit gagal melaksanakan CSR pada Tahun 2018. Berdasarkan data yang diperoleh di dari Dinas Perekonomian Pasaman Barat, perusahaan yang tidak melakukan pendanaan CSR adalah PT Bakri Pasaman Sejahtera. PT Sari Buah Sawit, PT Inkut Agritama, PT Agro Wiratama dan PT Perkebunan Nusantara VI. Kemudian PT Usaha Sawit Mamdiri, PT Sumatera Pasaman Jaya, PT Agro Wiraligatsa, PT AMP Plantation, PT Rimbo Panjang Sumber Makmur, PT Agro Bisnis Sumber Makmur dan PT Laras Inter Nusa (Septiawan, 2019).

1. Apakah *Leverage* Berpengaruh Terhadap *Corporate Social Responsibility*?
2. Apakah Likuiditas Berpengaruh Terhadap *Corporate Social Responsibility*?
3. Apakah Profitabilitas Berpengaruh Terhadap *Corporate Social Responsibility*?
4. Apakah Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap *Corporate Social Responsibility*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dari konteks dan permasalahan yang dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini diantara lain:

- 1 Menganalisis pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*
- 2 Menganalisis pengaruh Likuiditas terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*
- 3 Menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*
- 4 Menganalisis Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility*

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan bermanfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan. Manfaat penelitian ini terbagi menjadi 2 yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini mampu menjadi tolak ukur untuk menentukan variabel mana yang dapat mempengaruhi klaim tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman, serta berguna dalam implementasi pengetahuan penulis serta menambah informasi terbaru di bidang ilmu pengetahuan

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini memiliki impian besar untuk dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan dalam pelaksanaan program pengambilan keputusan terkait dengan tanggung jawab lingkungan

b. Bagi Investor

Kajian ini akan memberikan informasi keuangan tahunan sehingga dapat menjadi pedoman dan acuan dalam mengambil keputusan hidup.

a. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini akan membentuk referensi tambahan tentang *Leverage*, Likuiditas, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan serta informasi CSR.

