

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saingan yang serius antarperusahaan merupakan sebuah keniscayaan dalam dunia bisnis yang berkembang pesat sekarang. Penting bagi suatu perusahaan untuk mengelola seluruh asetnya secara efektif agar dapat bersaing untuk mencapai keuntungan yang maksimal. Sekarang, dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, khususnya di Indonesia. Persaingan dalam dunia bisnis semakin sengit dan harus mampu mengimbangnya dengan menawarkan manfaat positif bagi masyarakat dan lingkungan secara umum. Nilai positif yang dapat diperoleh diberikan oleh perusahaan, khususnya melalui pelaksanaan latihan CSR (Respati dan Hadiprajitno, 2015). Konsep tanggung jawab sosial perusahaan mengacu pada gagasan yaitu bisnis dan asosiasi lainnya memiliki tanggung jawab terhadap pelanggan, karyawan, investor, komunitas, dan lingkungan. Mengingat iklim persaingan bisnis yang ketat dan kejam sekarang, penting bagi perusahaan untuk mengambil tindakan atas nama Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Meskipun banyak perusahaan berlomba-lomba untuk memberikan manfaat positif, perusahaan-perusahaan tersebut tentu saja cukup menonjol untuk diperhatikan dalam melaksanakan praktik CSR. Perihal ini disebabkan oleh beragam faktor, diantaranya deforestasi yang meluas, meningkatnya polusi udara, pencemaran sungai, penggunaan sumber daya manusia yang berlebihan, dan kesalahan pengelolaan investasi. Dedikasi industri makanan dan minuman kepada perkembangan sektor keuangan Indonesia menjadikan industri ini terpilih sebagai bidang terdepan untuk diteliti. Perusahaan di industri makanan dan minuman harus menjadikan dirinya sebagai pemimpin di bidangnya karena kebutuhan makanan dan minuman yang selalu ada, kawasan kontemporer ini mengalami perkembangan. Meningkatnya jumlah industri food and beverage yang terdaftar di BEI dari satu periode ke periode lainnya menjadi bukti pesatnya pertumbuhan mereka.

Berapa besar cadangan CSR yang dikelola dalam Pedoman Peraturan PT dan PP 47/2012, sesuai pengaturan tersebut cadangan CSR disesuaikan dengan strategi masing-masing perusahaan. Meskipun demikian, di Indonesia besarnya cadangan kewajiban sosial perusahaan umumnya berkisar minimal 2% hingga 4% dari total manfaat perusahaan dalam setahun. Selain itu, setiap daerah juga memberikan pedoman berapa besar aset CSR, misalnya di Kaltim, perusahaan diharapkan menabung minimal 3% dari cadangan CSR, pengaturan ini tergantung pada Perda Kaltim Nomor 3 Tahun 2013.

Tabel 1.1
Data Fenomena

Kode	Nama Perusahaan	± Nilai CSR (Dalam Bentuk Rupiah)					
		2017	2018	2019	2020	2021	2022
ADES	Akasha Wira International Tbk	1.147.260.000	1.588.740.000	2.516.550.000	4.073.670.0000	7.972.740.000	10.949.160.000
AISA	Tiga Pilar Sejahtera Tbk	156.993.540.000	3.702.870.000	34.031.970.000	36.156.360.000	262.800.000	1.870.980.000
ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk	1.872.473.047	986.134.478	220.851.995	314.406.972	266.983.642	481.560.563
BTEK	Bumi Teknokultura Tbk	944.320.042	2.280.051.926	2.515.314.017	15.285.236.727	3.195.359.679	4.004.077.591
BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk	1.232.340.000	1.441.920.000	1.836.840.000	1.874.880.000	2.498.490.000	2.668.830.000

CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk	1.302.652.038	1.858.418.870	2.302.764.883	1.321.374.849	3.001.998.452	3.637.720.107
CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	3.222.626.605	2.779.489.703	6.463.776.007	5.454.377.819	5.612.009.702	6.621.136.292
CLEO	Sariguna Primatirta Tbk	1.505.213.051	1.897.863.835	3.922.696.992	3.983.167.035	5.421.350.010	5.867.965.460
DLTA	Delta Djakarta Tbk	8.392.358.760	10.142.002.530	9.536.994.120	3.721.151.850	5.641.488.900	6.906.289.830
DMND	Diamond Food Indonesia Tbk	9.031.080.000	9.543.390.000	10.930.110.000	6.013.020.000	10.395.210.000	11.336.850.000
FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk	10.051.048	33.606.254	41.169.533	456.367.807	382.655.231	570.113.164
GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	21.598.627.737	24.295.563.182	25.011.564.183	7.782.367.830	12.744.799.607	12.756.248.022
HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk	1.438.923.388	2.705.891.854	3.111.696.859	1.141.314.015	384.135.054	53.914.306
ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	113.896.350.000	137.273.970.000	151.163.670.000	197.607.210.000	191.654.310.000	137.621.010.000
IIKP	Inti Agri Resources Tbk	390.089.812	451.918.465	2.565.857.796	1.244.951.621	1.312.355.514	1.442.340.198
IKAN	Era Mandiri Cemerlang Tbk	14.930.662	74.967.763	140.833.344	32.613.527	47.990.277	61.077.933
INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	124.686.660.000	124.983.030.000	147.245.160.000	193.668.960.000	229.265.910.000	190.772.820.000
KEJU	Mulia Bogo Raya Tbk	1.286.305.373	2.024.374.829	2.941.429.984	3.630.000.492	4.341.008.069	3.521.122.511
MGNA	Magna Investama Mandiri Tbk	474.494.130	1.041.303.148	3.566.580.896	1.594.376.062	598.430.657	103.884.687
MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk	39.653.850.000	36.737.580.000	36.172.290.000	8.569.980.000	19.970.460.000	27.743.010.000
MYOR	Mayora Indah Tbk	47.833.231.477	51.490.676.108	59.632.662.363	61.818.955.528	35.597.957.723	58.266.892.561
PANI	Pratama Abadi Nusa Industry Tbk	35.603.571	40.897.147	33.725.190	6.640.793	49.835.430	4.145.747.220
PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk	11.113.940	251.553.219	307.707.969	479.020.922	38.350.301	147.978.338
PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk	634.591.313	1.866.902.116	1.420.746.671	1.860.446.865	2.606.111.099	1.238.516.711
ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk	4.379.443.417	5.180.621.749	9.030.062.253	6.451.521.434	8.440.244.198	12.966.610.321
SKBM	Sekar Bumi Tbk	797.384.139	414.972.074	125.614.078	310.232.346	886.812.259	2.586.640.749
SKLT	Sekar Laut Tbk	693.162.323	963.292.991	1.349.656.573	1.275.639.727	2.535.743.307	2.254.624.666
STTP	SiantarTop Tbk	6.490.973.980	7.655.875.256	14.478.653.009	18.856.885.646	18.525.180.657	18.734.322.647
TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk	29.195.610.000	22.732.200.000	19.884.810.000	20.340.870.000	23.841.570.000	24.020.670.000
ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk	21.245.760.000	20.933.520.000	30.968.310.000	34.535.310.000	38.149.140.000	28.823.580.000

Sumber: Laporan keuangan, Data diolah (2023)

Nilai CSR mengikuti besaran laba bersih tahunan pada tahun 2017 hingga 2022 pada industri food and beverage yang terdaftar di BEI, seperti terlihat pada tabel di atas. Berlandaskan uraian sebelumnya, peneliti tertarik untuk mempelajari fenomena yang dimaksud **Pengaruh Ukuran Perusahaan, Return On Asset (ROA), Return On Equity (ROE) Dan Debt To Equity Ratio (DER) Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Tercatat Di BEI Tahun 2017-2022.**

1.2. Tinjauan Pustaka

1.2.1. Teori Pengaruh

1.2.1.1. Pengaruh Ukuran Perusahaan kepada Corporate Social Responsibility

Dewi dan Sedana (2019) menyatakan yaitu perusahaan dituntut untuk melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas seiring dengan bertambahnya ukuran perusahaan. Perihal ini dilakukan untuk menurunkan biaya, memitigasi risiko politik, dan menampilkan tanggung jawab sosial perusahaan.

1.2.1.2. Pengaruh Return On Asset Terhadap Corporate Social Responsibility

ROA yang tinggi menandakan yakni suatu perusahaan berkinerja baik di suatu bidang, bermakna perusahaan tersebut akan mendapat lebih banyak tekanan dari pihak luar untuk bersikap transparan mengenai tanggung jawab sosialnya (Kartini et al., 2019).

1.2.1.3. Pengaruh Return On Equity Terhadap Corporate Social Responsibility

Direksi didorong untuk mengungkapkan informasi lebih spesifik, mencakup peluang dan perhatian untuk menampilkan dan menerima tanggung jawab, ketika ROE tinggi (Kartini et al., 2019) bertanggung jawab atas semua inisiatif komunitas.

1.2.1.4. Pengaruh Debt To Equity Ratio Terhadap Corporate Social Responsibility

Mengacu pada (Yubihanto, 2020) Nilai yang tercatat dalam laporan perusahaan juga menandakan yakni dengan asumsi rerata nilai DER pada perusahaan pertambangan tinggi maka pengungkapan CSR akan meningkat, dan juga kebalikannya, bila angka DER pada perusahaan rendah maka eksposur CSR akan meningkat.

1.2.2. Landasan Teori

1.2.2.1. Teori Sinyal (Signalling Theory)

Para eksekutif terlibat dalam teori sinyal ketika mereka berkomunikasi dengan investor tentang pandangan perusahaan kepada peluang potensial (Brigham dan Houston, 2019:33).

1.2.3. CSR (Corporate Social Responsibility)

CSR mengacu pada kewajiban perusahaan kepada pemangku kepentingannya di masyarakat melalui pelaksanaan program yang saling menguntungkan. Dengan melatih CSR, perusahaan mengenali dampak yang mereka timbulkan kepada seluruh lapisan masyarakat termasuk keuangan, sosial, dan alam.

Jenis-jenis kegiatan CSR (Corporate Social Responsibility):

1. Cause Promotions
2. Cause Related Marketing
3. Corporate Social Marketing
4. Corporate Philanthropy
5. Community Volunteering

Manfaatnya CSR untuk Perusahaan:

1. Memberi peningkatan gambaran positif dalam pandangan khalayak
2. Menjadi media promosi gratis yang memperkuat personal branding perusahaan.

3. Meningkatkan nilai perusahaan dan membedakan perusahaan dengan kompetitor.

1.2.4. Ukuran Perusahaan

Ayu dan Gerianta (2018) menyatakan yaitu salah satu cara memperkirakan besar kecilnya suatu perusahaan adalah dengan melihat sumber dayanya, jumlah perjanjian, harga saham, dan lain sebagainya.

Menurut Undang-undang No.20 Tahun 2008 perusahaan dibagi dalam empat jenis, yaitu:

1. Usaha mikro
2. Usaha kecil
3. Usaha menengah
4. Usaha besar

Rumus ukuran perusahaan:

$$\text{Size} = \text{Log (total aset perusahaan)}$$

1.2.5. Return On Asset (ROA)

ROA merupakan rasio yang menampilkan hasil (return) atas kuantitas sumber daya yang dimanfaatkan oleh perusahaan, seperti yang diungkapkan oleh Kasmir (2016).

Fungsi Return on asset:

1. Mengenal efisiensi dalam Pemakaian Modal
2. Mendapat Rasio Industri
3. Menilai Profitabilitas Produk

Rumus Return on asset:

$$\text{ROA} = (\text{Laba Bersih} : \text{Total Aset}) \times 100\%$$

1.2.6. Return On Equity (ROE)

Salah satu cara mengukur laba bersih setelah pembebanan modal sendiri adalah dengan melihat return on assets (ROA) yang dikenal juga dengan produktivitas modal sendiri (Kasmir, 2016).

Fungsi hasil untuk investasi:

1. Memberikan Tingkat Profitabilitas Perusahaan
2. Dipakai untuk memprediksi berapa banyak uang yang akan dihasilkan suatu perusahaan di masa depan.
3. Menelusuri pertumbuhan industri dari satu tahun ke tahun selanjutnya.

Rumus ROE:

$$\text{ROE} = \text{Pendapatan Bersih} : \text{Modal}$$

1.2.7. Debt To Equity Ratio (DER)

Mengacu pada (Sukmawati Sukamulja, 2017) DER yakni mengukur tingkat kewajiban dalam pembangunan modal perusahaan.

Fungsi Debt to equity ratio:

1. Berfungsi sebagai ukuran keadaan keuangan perusahaan
2. Membahas perbedaan dan persamaan struktur utang dan ekuitas suatu perusahaan.

Rumus DER:

DER = Total Hutang : Ekuitas

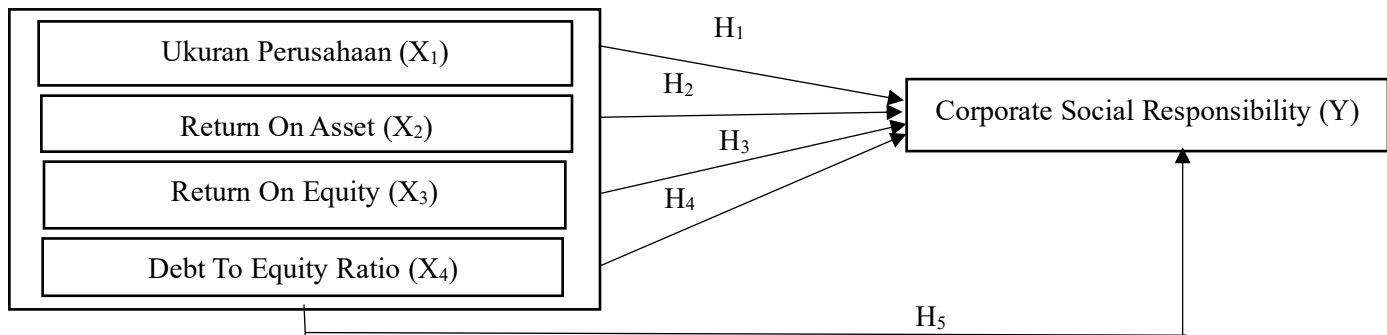
1.2.8. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.2

No	Nama (Tahun)	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Kharis Rahardjo Dkk (2016)	“Pengaruh Kepemilikan Publik, Return On Equity, Umur Perusahaan Dan Company Size Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Real Estate And Property Yang Terdaftar Di BEI Periode 2011-2014.”	Variabel independen: kepemilikan publik, ROE, umur perusahaan, company size Variabel dependen: corporate social responsibility	Kepemilikan publik, ROE dan company size berdampak terhadap CSR sedangkan umur perusahaan tidak berdampak terhadap CSR
2	Fery Hidayat (2022)	“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Kinerja Lingkungan kepada Pengungkapan Corporate Social Responsibility Disclosure”	Variabel independen: ukuran perusahaan, profitabilitas, kinerja keuangan Variabel dependen: corporate social responsibility	Ukuran perusahaan, profitabilitas dan kinerja lingkungan berdampak terhadap CSR
3	Putu Ayu Cahya Dewi Dkk (2022)	“Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility”	Variabel independen: profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage Variabel dependen: corporate social responsibility	Profitabilitas dan ukuran perusahaan berdampak positif kepada CSR sedangkan leverage berdampak negative terhadap CSR

1.3. Kerangka Konsep

Gambar 1.1



1.4. Hipotesis Penelitian

Hipotesis berikut dapat kita rumuskan dan jelaskan berlandaskan penjelasan kerangka konseptual:

- H_1 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif kepada pengungkapan Corporate Social Responsibility
- H_2 : Return on asset berpengaruh positif kepada pengungkapan Corporate Social Responsibility
- H_3 : Return on equity berpengaruh positif kepada pengungkapan Corporate Social Responsibility
- H_4 : Debt to equity ratio berpengaruh positif kepada pengungkapan Corporate Social Responsibility
- H_5 : Ukuran perusahaan, ROA, ROE dan DER berpengaruh positif kepada pengungkapan Corporate Social Responsibility.