

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini banyak sekali perusahaan yang terdapat di BEI di antaranya perusahaan yang berfokus di bidang makanan dan minuman. Perusahaan ini yang menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat. Untuk itu perusahaan berupaya keras dalam menarik perhatian konsumen guna mengkonsumsi produknya. Perusahaan berupaya memperbaiki dan peduli terhadap lingkungan masyarakat dengan melakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pelaksanaan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan ini dapat menjadi perhatian investor yang ingin melakukan investasi.

Perusahaan yang melaksanakan CSR dapat meningkatkan penjualannya, meskipun penjualan perusahaan setiap tahunnya cenderung mengalami fluktuasi. Salah satu masalah yang sering dihadapi perusahaan adalah penurunan penjualan, yang dapat berdampak negatif dan menjadi salah satu faktor penyebab berkurangnya pelaksanaan CSR.

Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi biasanya juga menunjukkan tingkat CSR yang tinggi. Penyebabnya adalah kemampuan finansial yang lebih baik, yang memungkinkan perusahaan untuk mengalokasikan lebih banyak sumber daya untuk program-program tanggung jawab sosial. Selain itu, perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi cenderung lebih memperhatikan reputasi dan citra perusahaan, yang dapat diperkuat melalui pengungkapan CSR yang transparan dan berkelanjutan.

Perusahaan yang terdaftar di BEI terdiri dari perusahaan besar maupun kecil, dan ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimilikinya. Secara umum, semakin besar aset yang dimiliki perusahaan, semakin banyak informasi yang tersedia, sehingga perusahaan tersebut cenderung memiliki kemampuan lebih untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial mereka.

Kegiatan paling penting peranan adalah *leverage*. *Leverage* merujuk pada penggunaan utang oleh perusahaan untuk membiayai kegiatan operasionalnya. Dalam hal ini, rasio *leverage* yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki proporsi utang yang besar dibandingkan dengan ekuitas. Penggunaan utang dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap pengambilan keputusan perusahaan, termasuk dalam hal alokasi dana untuk kegiatan CSR. Perusahaan dengan *leverage* tinggi cenderung memiliki beban kewajiban yang lebih besar, sehingga mereka mungkin lebih fokus pada penyelesaian kewajiban finansial jangka pendek daripada berinvestasi dalam kegiatan tanggung jawab sosial yang bersifat jangka

panjang. Namun, di sisi lain, perusahaan dengan *leverage* tinggi juga mungkin berusaha meningkatkan citra perusahaan untuk memenuhi harapan pemangku kepentingan dan mengurangi risiko reputasi yang dapat timbul akibat penggunaan utang yang besar. Pengungkapan CSR yang lebih transparan dan proaktif dapat menjadi cara untuk menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga peduli terhadap dampak sosial dan lingkungan.

Melihat latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti merasa tertarik untuk mengkaji lebih dalam masalah tersebut melalui penelitian yang berjudul **“Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan yang Bergerak di Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI pada Tahun 2017-2022”**.

1.2 Tinjauan Pustaka

1.2.1 Teori Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Pitriani & dkk (2024), pertumbuhan dapat menunjukkan peningkatan dari total aset suatu perusahaan sehingga tingkat CSR yang dilakukan perusahaan semakin banyak. Semakin tinggi pertumbuhan perusahaan, maka semakin tinggi pula perusahaan dalam mengungkapkan tingkat pertumbuhannya tersebut ke dalam CSR bagi para *stakeholders*.

Menurut Kurniawati (2024), perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi akan lebih disorot oleh publik sehingga cenderung lebih banyak mengungkapkan informasi tanggung jawab sosialnya. Hal itu disebabkan oleh informasi tanggung jawab sosial akan membuat perusahaan tersebut memperoleh respon positif dari publik dan para *stakeholder* yang akan memicu pertumbuhan perusahaan.

Menurut Saryanto (2023:124), perusahaan yang mampu beroperasi dan bertahan dengan baik bergerak dalam dua atau tiga fase dalam respons tanggung jawab sosialnya.

1.2.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Kaswan (2019:308), kasus bisnis untuk CSR menunjukkan bahwa perusahaan bisa memperoleh keuntungan finansial tidak hanya dari bisnis intinya tetapi juga dari terlibat dengan harapan masyarakat mengenai tanggung jawabnya lebih luas

Menurut Tambunan (2023:95), perusahaan harus bertanggung jawab kepada pihak berkepentingan (*stakeholders*) perusahaan, dengan alasan karena tindakan itu akan dicerminkan dalam tingkat pencapaian laba yang tinggi, dan dalam harga persediaan perusahaan.

Berdasarkan hal ini, ada hubungan langsung antara tindakan tanggung jawab sosial dan kinerja keuangan perusahaan.

Menurut Saryanto (2023:116), pemangku kepentingan menginginkan pelaku bisnis atau perusahaan apa pun bertindak secara etis dan memiliki tanggung jawab kepada masyarakat secara sosial, etis, dan hukum. Sistem bisnis beroperasi di lingkungan di mana perilaku etis, tanggung jawab sosial, taat peraturan pemerintah dan pemangku kepentingan dapat menentukan tingkat keberhasilan bisnis.

1.2.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Nofrivul, Melia (2022) bahwa perusahaan besar umumnya mempunyai aset dalam jumlah besar dan pendidikan karyawan yang baik dan sistem informasi yang canggih sehingga memungkinkan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih luas. Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi pengungkapan informasi CSR, semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan informasi perusahaan yang harus dilakukan.

Menurut Putra (2022) bahwa perusahaan besar berkinerja lebih baik maka penyajian informasi CSR lebih luas dan mengurangi ketidakpastian investor mengenai prospek masa depan perusahaan.

Menurut Saryanto (2023:116), semakin besar organisasi, semakin besar tuntutan yang dibuat masyarakat terhadap organisasi. Tanggung jawab sosial kepada masyarakat juga diharapkan dari organisasi sebagai suatu sistem.

1.2.4 Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Suputra (2020) bahwa *leverage* yang diukur dari total hutang ini mengakibatkan peningkatan pengungkapan tanggung jawab sosial disebabkan perusahaan lebih terfokus untuk memperlihatkan pentingnya pelaksanaan tanggung jawab sosial di masyarakat.

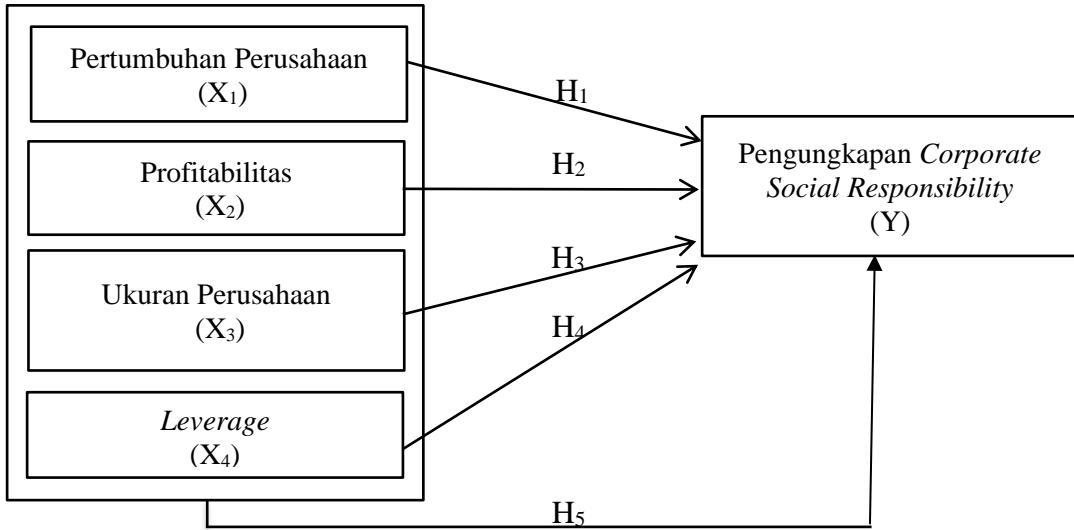
Menurut Indarwati & Trisnaningsih (2024), perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi tidak selalu melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* secara detail, karena perusahaan lebih berfokus untuk mengurangi resiko keuangannya untuk melindungi perusahaan dihadapan kreditor.

Menurut Samosir (2022) bahwa semakin tinggi *Leverage* mengisyaratkan perusahaan agar memenuhi kebutuhan informasi bagi para stakeholder, agar mendapatkan kepercayaan dari para stakeholder. sehingga, dapat dibilang meminimalisir terjadinya ketidakseimbangan informasi antara

agent dan stakeholder.

1.3 Kerangka Konseptual

Adapun kerangka konseptual digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

Adapun hipotesis sebagai berikut :

H₁ : Pertumbuhan perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan yang bergerak di makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2022.

H₂ : Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan yang bergerak di makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2022.

H₃ : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan yang bergerak di makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2022.

H₄ : *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan yang bergerak di makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2022.

H₅ : Pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, ukuran Perusahaan dan *leverage* berpengaruh

terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan yang bergerak di makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada Tahun 2017-2022.