

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan makanan serta minuman mampu memajukan perekonomian Indonesia. Karena makanan dan minuman penting bagi manusia. Tingkat konsumsi masyarakat meningkat, menyebabkan peningkatan pada industri ini. Berdasarkan fakta tersebut, perusahaan dianggap mampu terus bertahan.

Berlandaskan Totok Mardikanto (2018:92), *Corporate Social Responsibility* (CSR) yakni strategi bagaimana entitas menyatukan keterlibatan sosialnya serta alam sekitar pada kegiatan komersial maupun hubungannya kepada stakeholder dengan inisiatif agar menuju pencapaian yang berkesinambungan. Melakukan inisiatif sosialnya sehingga menambah brand image perusahaan di mata penduduk (Suryandari dan Mongan, 2020). Pengungkapan CSR yakni informasi yang disampaikan melalui perusahaan tentang kegiatan sosial seperti dukungan perekonomian, alam, kepegawaian, HAM, masyarakat, serta item. Tujuannya untuk mendorong perusahaan agar berperilaku lebih etis dalam menjalankan kegiatannya, sehingga tidak memberikan dampak negatif pada penduduk maupun alam sekitar.

Berlandaskan penelitian Hasan dan rekan-rekannya (2022), tingkat profitabilitas dipergunakan sebagai penilai keefisienan entitas menciptakan profit melalui distribusi, aset, dan modalnya. Profitabilitas adalah cara bagi eksekutif perusahaan untuk menilai tingkat keuntungan yang dihasilkan, apakah berupa profit ataupun harga ekonomi dari penjualan, aset bersih, dan total kekayaan (modal pemegang saham). Jika perusahaan meraup keuntungan tinggi, maka perusahaan tersebut bisa memakai sebagian dana untuk kontribusi kemasyarakatan dan ekosistem. Itu akan meningkatkan komitmen sosial perusahaan. Dengan beberapa pengertian mengenai profitabilitas, ditarik kesimpulan bahwasanya profitabilitas merupakan suatu kesanggupan perusahaan berdasarkan perolehan profit dalam satu masa produksi.

Menurut Hery (2021: 149), likuiditas adalah ukuran yang menunjukkan seberapa baik sebuah perusahaan bisa membayar atau menyelesaikan utang yang jatuh tempo dalam waktu dekat. Menurut Kariyoto likuiditas dianggap sebagai kemampuan usaha dalam melunasi membayar hutang- hutangnya dalam waktu singkat ataupun Ketika tenggat waktu tiba. Dapat dikatakan bahwa likuiditas yakni skala keuangan yang bias menginformasikan ataupun menunjukkan kesanggupan perusahaan untuk menyelesaikan

tanggung jawab temporeranya.

Menurut Ari Pranaditya dan tim (2021: 9-10), *Leverage* yakni pemanfaatan kekayaan dan permodalan dengan beban stabil guna memaksimalkan profit bagi investor. Leverage berarti seberapa besar pendapatan tetap dapat mencakup biaya tetapnya.

Kajian oleh Sang Ayu Made et al (2021: 95), Skala korporasi bisa dinilai dari level pemasaran, total karyawan, ataupun besaran aset yang dikelola badan usaha. Pendapat Alfred dan Helin (2020: 605), skala perusahaan bisa diamati berdasarkan keseluruhan aset yang dipunya, yang menunjukkan seberapa signifikan perusahaan itu.

Oleh karena itu Berdasarkan data beserta uraian tersebut, maka membuat penulis tertarik untuk melihat bagaimana sebenarnya hubungan dari ke-empat variabel. Untuk itu penulis mengangkatnya dalam penelitian dengan judul ***“Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR di Perusahaan sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2021-2023”***

1.2 Teori Pengaruh

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

Entitas ialah pelaku yang menerima laba tinggi pada penggunaan sumber daya itu, sedangkan penduduk malah terkena dampak tidak menguntungkan (negative externalities) memiliki sifat langsung ataupun tidak.

Guna memahami dampak laba usaha terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, dilaksanakan studi oleh (Rivandi & Putra, 2021) yang menunjukkan bahwa kapasitas suatu entitas komersial dalam mendatangkan profit dan memperbesar manfaat bagi pemilik modal disebut profitabilitas. Level profitabilitas yang meningkat mencerminkan daya perusahaan dalam memperoleh pendapatan bersih sehingga dapat memperluas kontribusi sosialnya serta memperkuat citranya dalam catatan finansial. Maka dari itu, keuntungan bagi pemegang ekuitas suatu badan usaha bertambah seiring dengan pertumbuhan tingkat profitabilitasnya

Pengaruh Likuiditas Terhadap Pengungkapan CSR

Menurut Hery (2021: 149), likuiditas ialah ukuran yang membuktikan seberapa baik sebuah perusahaan bisa membayar atau menyelesaikan utang yang jatuh tempo dalam waktu dekat. Likuiditas ialah aktivitas kemasyarakatan badan usaha yang dapat diukur dari total modal yang disediakan perusahaan tiap tahunnya (Sri, Rina, dan Sunreni, 2021). Studi oleh Sijum dan Rustia (2021) menjelaskan bahwa semakin meningkat kecairan aset perusahaan, maka badan usaha akan lebih sanggup dalam menunjukkan program sosial

dengan cakupan lebih luas. Studi tersebut juga menyebutkan bahwa kecairan aset berdampak menguntungkan dan substansial terhadap publikasi tanggung jawab sosial perusahaan. Korporasi dengan tingkat likuiditas tinggi akan lebih aktif melaksanakan program kemasyarakatan sebagai tanda kepada bisnis lain bahwa perusahaannya memiliki performa lebih unggul, sehingga dapat menggaet pemodal untuk menanamkan dana.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Pengungkapan CSR

Apabila sebuah badan usaha memiliki tingkat leverage yang signifikan, maka entitas tersebut akan lebih aktif dalam melaksanakan kontribusi sosial bisnis. Korporasi dapat mengumpulkan wawasan guna mengurangi kecemasan pemilik modal terkait keyakinan atas klaim pemberi pinjaman dengan memiliki proporsi rasio utang yang besar. Hal ini selaras dengan prinsip legalitas, yang menegaskan bahwa industri harus menitikberatkan kepentingan pemilik modal sembari tetap menaati norma masyarakat. (Belinda et al., 2023).

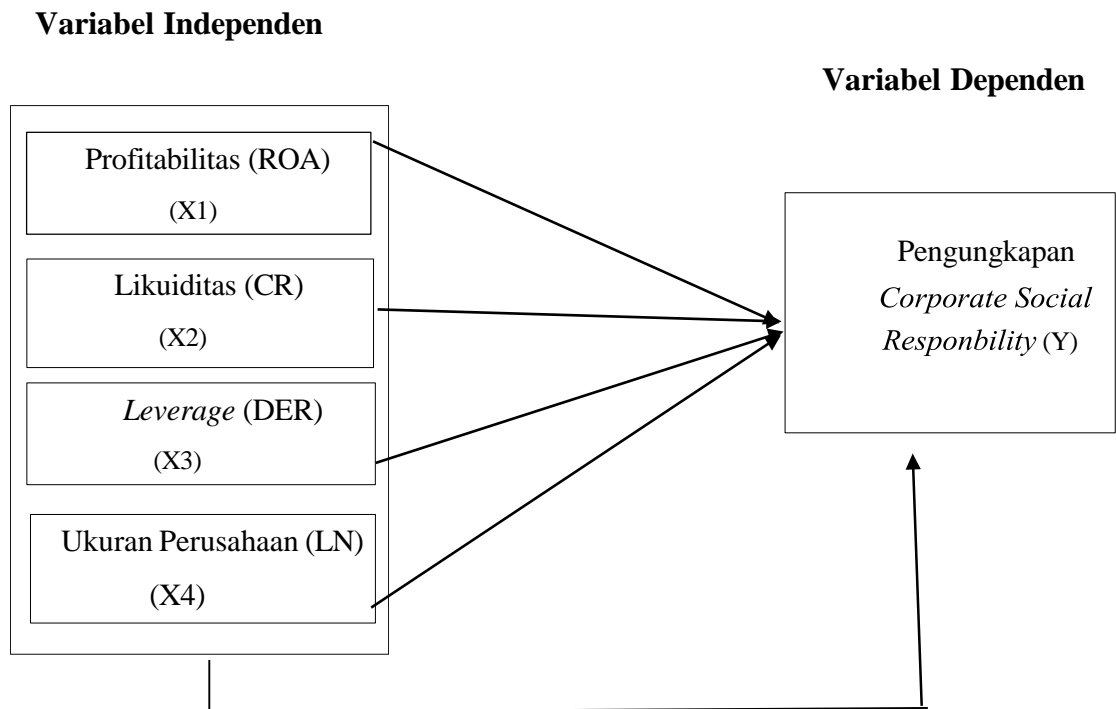
Studi terkait unsur leverage serta pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan telah dianalisis Wahyuningsih dan Nera (2018) menemukan bahwa struktur modal berdampak menguntungkan mengenai pengungkapan kepedulian sosial perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Menurut Hartono (2018) “Ukuran Perusahaan yakni skala besar kecilnya perusahaan ditinjau berdasar akumulasi kekayaan atau keseluruhan sumber daya yang dimilikinya dengan menerapkan kalkulasi angka logaritma aset.”.

Berdasarkan Alfred dan Helin (2020: 605), ukuran perusahaan bisa ditinjau melalui jumlah aset yang dipunya, yang menunjukkan seberapa dominan perusahaan tersebut. Penelitian dilakukan oleh Yunus Pakpahan (2018) menegaskan bahwasanya dimensi tiada memengaruhi pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan. Itu mengindikasikan bahwa meluasnya skala bisnis, maka pengungkapan kepedulian sosial yang diterapkan badan usaha tiada serta-merta lebih ekstensif.

1.3 Kerangka Konseptual :



Gambar 1 Kerangka Konseptual

1.4 Hipotesis

- H1 : Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR
- H2 : Likuiditas berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR
- H3 : *Leverage* berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR
- H4 : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR
- H6 : Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR