

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tanggung jawab sosial perusahaan merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua stakeholder, termasuk didalamnya adalah pelanggan atau customer, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, supplier dan kompetitor. CSR memberikan implikasi positif bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat, meringankan beban pembiayaan, pembangunan pemerintah, memperkuat investasi perusahaan, serta memperkuat jaringan kemitraan antara masyarakat, pemerintah, dengan perusahaan (Wahyudi dan Azheri, 2008:15).

Persaingan dalam bidang ekonomi bisnis semakin ketat dan telah berkembang sehingga Perusahaan berusaha untuk menambah nilai perusahaan. Setelah memasuki tahun 1800-an Keberadaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sudah dimulai dan dikenal luas dengan nama *Occupational Social Worker* (pekerja sosial okupasi), *Social Work in The Workplace* (pekerjaan sosial ditempat kerja) , *Employee Assistance* (bantuan karyawan), Di mana turut dikenal sebagai *Industrial Social Work* (Straussner, 1989). Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan mampu diungkapkan melalui CSR (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) yang pensosialisasiannya telah dilakukan ke publik dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan. Undang-undang sudah menerbitkan pelaksanaan CSR yang mana terkandung pada UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pengungkapan merupakan cara sosialisasi dalam bentuk adaptasi perusahaan untuk peningkatan kesadaran pembangunan keberlanjutan. Di Indonesia, dalam peraturan perundang-undangan dan standar akuntansi, tidak terdapatnya kewajiban bagi perusahaan dalam

menyajikan dan mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosial. Berbagai permasalahan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia pun bermunculan, Pada tahun 2014 Suwandi sebagai Ketua Umum Umum *Corporate Forum for Community Development* (CFCD) memberi penjelasan bahwa jangkauan pelaksanaan program CSR di Indonesia belum merata. Sebab, CSR ini belum dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat yang dilakukan hanya untuk tujuan pihak-pihak tertentu saja dan tidak bersifat berkelanjutan. Fakta lain menunjukkan pelaksanaan CSR yang berpola kemitraan tidak dilakukan secara baik sejak awal. Akibatnya, pengambilan keputusan-keputusan penting dalam rangka pelaksanaan program tersebut sering dilakukan secara sepihak oleh perusahaan (www.amerta.id) tahun 2014. *Return on Assets* (ROA) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah dua konsep penting dalam dunia bisnis yang seringkali dikaitkan. ROA mengukur seberapa efisien aset perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, sementara CSR merujuk pada komitmen perusahaan untuk berkontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan. Sebagian besar perusahaan yang dianggap memiliki standar tinggi aktivitas CSRnya memiliki kemampuan yang meningkat untuk menarik dan mempertahankan moral karyawan. Keselamatan dan kesehatan konsumen dalam penggunaan produk adalah salah satu penilaian dari Indikator CSR. Pengungkapan CSR membantu meyakinkan publik bahwa perusahaan dapat menjalankan operasional dengan sikap etis dan bertanggung jawab sehingga menghasilkan produk yang berkualitas.

CSR menjadi salah satu bentuk komitmen bisnis untuk mengembangkan ekonomi yang berkelanjutan, seperti peningkatan kualitas karyawan maupun masyarakat sekitar. Tingkat penjualan yang meningkat seiring dengan menurunnya biaya maka laba bersih perusahaan akan meningkat dan akan berdampak positif

terhadap ROA. Perusahaan yang dikelola dengan baik akan terlihat dari kinerja keuangan perusahaan yang bisa dilihat dari jumlah penjualan, tenaga kerja, asset yang dimiliki dan analisis rasio yang disajikan dalam laporan keuangan Dipraja (2014). Selain itu, ROA memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan. Maka dari itu peneliti menggunakan ROA sebagai variabel penelitian Perusahaan mendapatkan laba akan memberikan kebebasan kepada manajemen untuk melakukan CSR yang juga merupakan langkah untuk menjaga korelasi baik dengan stakeholders Pradnyani dan Eka (2015).

ROA ialah rasio keuangan antara laba bersih perusahaan dengan total aset perusahaan. Profitabilitas atau *Return on assets* (ROA) ialah faktor yang memberikan pengaruh kepada Pengungkapan CSR. Kinerja perusahaan yang semakin baik akan menunjukkan ROA yang tinggi. Jika nilai ROA diketahui maka itu dapat membantu untuk mengetahui apakah kegiatan usaha perusahaan telah efektif dikembangkan atau tidak. Perusahaan yang memiliki nilai ROA yang baik menyatakan bahwa perusahaan mereka memiliki posisi persaingan yang kuat di dalam kinerja perusahaan. Menggunakan variabel ROA menunjukkan hubungan antara CSR dan kinerja keuangan.

Perusahaan manufaktur yang memiliki komitmen kuat terhadap CSR cenderung memiliki kinerja keuangan yang lebih baik dalam jangka panjang. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, seperti peningkatan efisiensi, inovasi, dan reputasi merek. Namun, tidak semua perusahaan manufaktur yang menjalankan program CSR akan mengalami peningkatan ROA secara signifikan.

Efektivitas program CSR sangat bergantung pada desain, implementasi, dan pengukuran yang tepat. Faktor-faktor lain yang perlu dipertimbangkan: Selain CSR, seperti kondisi ekonomi, persaingan industri, dan kualitas manajemen juga dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan manufaktur.

Penelitian yang dilakukan oleh PT Kartini, R Maiyarni, W Tiwisyanti (2019) menunjukkan bahwa return on asset (ROA) berpengaruh signifikan terhadap corporate social responsibility disclosure. Sari Wulandari, Hanifa Zulhaimi (2017) profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Syifa Putri Hamdan (2017) mengatakan bahwa ROA berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Namun, ada penelitian yang berbeda seperti yang dilakukan oleh Venesia Abigail Nagara dan Haisar Pangaribuan (2018) menunjukkan ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR. Permasalahan mengenai pengungkapan CSR tersebut yang dijelaskan di atas dapat disimpulkan bahwa masih banyak perusahaan yang belum mengungkapkan laporan CSR nya. Beberapa penelitian terdahulu yang sudah ditunjukkan di atas pun menunjukkan hasil penelitian yang berbeda sehingga membuat penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“Pengaruh *Return On Assets* Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI Tahun 2020-2023”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Pelaksanaan program CSR di Indonesia belum merata.
2. Terdapat hasil penelitian yang berbeda dari para peneliti terdahulu

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh *Return On Assets* perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Manufaktur sub sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 202-2023.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi mengenai perusahaan Manufaktur sub sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk kemudian diolah dan dikaji sesuai dengan permasalahan yang telah disebutkan dalam bentuk skripsi, yang diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi akuntansi jenjang strata satu pada Fakultas ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, pengaruh *Return On Assets* perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan Manufaktur sub sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2023

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Adapun kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu akuntansi keuangan khususnya mengenai *Return On Assets* dalam hubungannya dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi manajemen dalam merumuskan kebijakan mengenai *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan yang disajikan dan dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi investor dalam menentukan keputusan investasi.

1.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

1.6.1 Landasan Teori

Beberapa perspektif teori yang mendasari pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, yaitu:

1. Teori Ligitimasi

Teori legitimasi (*Legitimacy theory*) berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi terus menerus mencoba untuk memastikan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat (Deegan (2002), dalam Nor Hadi (2014)).

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, kedepan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi

strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Nor Hadi, 2011).

terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Nor Hadi, 2011).

2. Teori *Stakeholder*

Menurut Ghozali dan Chariri (2007:409), Teori *Stakeholder* merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). Kelompok *stakeholder* inilah yang menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengungkap atau tidak suatu informasi di dalam laporan perusahaan tersebut.

Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan penciptaan nilai sebagai dampak dari aktivitas- aktivitas yang dilakukan dan meminimalkan kerugian yang mungkin muncul bagi *stakeholder*.

Menurut *The World Business Council of Sustainable Development* dalam Rahman (2009:10) disebutkan bahwa:

“Corporate Social Responsibility adalah suatu komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka memperbaiki kualitas hidup dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan”.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diukur dengan menggunakan CSRD (*Corporate Social Responsibility Disclosure*

Index) berdasarkan indikator GRI (*Global reporting initiative*) yaitu dengan rumus sebagai berikut:

$$CRSDi = \frac{\sum Xij}{Nj}$$

Keterangan:

CSRDi : *Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks*

Xij : Jumlah indeks yang terpenuhi

Nj : Total indeks yang harus dipenuhi.

Indonesia telah menentukan kebijakan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate social Responsibility* yang diatur dalam UU No.40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas. Berdasarkan pasal 1 ayat (1) UUPPT Perseroan terbatas adalah suatu badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan suatu perjanjian, serta dalam melakukan kegiatan usahanya menggunakan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam Undang-Undang serta peraturan pelaksanaannya.

Berdasarkan pasal 1 ayat (3) UUPPT Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Dalam Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 pasal 4 disebutkan bahwa Tanggung Jawab Sosial dan lingkungan dilaksanakan oleh Direksi berdasarkan rencana kerja tahunan perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris atau Rapat

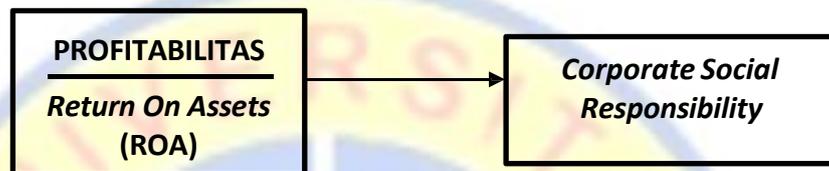
Umum Pemegang saham (RUPS) sesuai dengan anggaran dasar perseroan. Rencana kerja tahunan perseroan memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Sedangkan untuk pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan dimuat dalam laporan tahunan perseroan dan dipertanggungjawabkan kepada RUPS (Pasal 6 PP No. 47/2012).

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Menurut Heinze (1976) dalam Mahdiyah (2008) profitabilitas membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham, sehingga diasumsikan semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin besar pengungkapan informasi sosial perusahaan

Rasio Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan penggunaan aset, maupun penggunaan modal (Hery,2015:227). Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan menggunakan *Rasio Return on Assets* yang di lihat dari laporan keuangan tahunan perusahaan.. *Return on Assets* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang dapat dihasilkan dari total aset yang dimiliki. *Return On Assets* perusahaan dapat dihitung menggunakan rumus (Hery,2015:228):

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Berdasarkan pemaparan di atas maka dibuat kerangka penelitian seperti terlihat pada gambar berikut:



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

1.6.2 Studi Empiris

Penelitian ini tidak terlepas dari penelitian yang telah banyak dilakukan sebelumnya. Penelitian terdahulu disajikan dalam tabel dibawah ini

Table 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	PT Kartini,R Maiyarni,W Tiwisyanti (2019)	Pengaruh <i>Return On Asset, Return On Equity</i> (ROE) dan Ukuran Perusahaan terhadap <i>corporate social responsibility disclosure</i>	(ROA) berpengaruh terhadap <i>corporate social responsibility disclosure</i> (Nilai thitung yang lebih besar dari ttabel 2,03011 dan nilai signifikansi < 0,05 menunjukkan bahwa <i>return on asset</i> (ROA) berpengaruh signifikan terhadap <i>corporate social responsibility disclosure</i>)

			<p>pengaruh <i>return on equity</i> (ROE) terhadap <i>corporate social responsibility disclosure</i>(Nilai t hitung yang lebih kecil dari ttabel 2,03011 dan nilai signifikansi < 0,05 menunjukkan bahwa <i>return on equity</i> (ROE) berpengaruh signifikan terhadap <i>corporate social responsibility disclosure</i>)\</p> <p>ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap <i>corporate social responsibility disclosure</i> (menunjukkan nilai thitung adalah 0,627 dan nilai signfikansi ukuran perusahaan 0,533. Nilai thitung yang lebih kecil dari t tabel 1,98969)</p>
2.	Sari Wulandari,Hanifa Zulhaimi (2017)	Pengaruh profitabilitas terhadap <i>corporate social responsibility</i> pada perusahaan manufaktur dan jasa yang terdaftar di BEI Tahun 2012-2015	<p>profitabilitas berpengaruh terhadap <i>corporate social responsibility</i>(koefisien determinasinya yaitu 0,040553 atau 4,06 %. Hal ini menunjukkan bahwa 4,06 % <i>corporate social responsibility</i> dipengaruhi oleh profitabilitas)</p>

3.	Venesia Abigael Nagara dan Hisar Pangaribuan (2018)	Pengaruh ROA terhadap Pengungkapan CSR	<p>ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR.(Pernyataan ini berdasarkan bukti yang didapati bahwa nilai signifikan ROA $0.279 > 0.05$. Hasil ini menjelaskan besar atau kecilnya ROA tidak berpengaruh terhadap CSR.)</p>
4	Shifa Putri Hamdan (2017)	Kepemilikan saham publik dan Return On Asetts terhadap pengungkapan CSR	<p>Kepemilikan Saham Publik berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.(Nilai koefisien regresi negatif sebesar -0,279965 artinya semakin tinggi kepemilikan saham publik tidak menjamin pengungkapan CSR rendah.)</p> <p>ROA berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. (ROA berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR sebesar 97.86%, sedangkan sisanya 2.14%)</p>

1.6.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang dibuat oleh peneliti. Peneliti membuat dugaan sementara sebelum melakukan analisis berdasarkan teori yang telah ada sebelumnya

Menurut Sugiyono (2017) Hipotesis adalah:

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data”.

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran di atas, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

“ *Return On Assets* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social Responsibility*”

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan data sekunder dari laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan Manufaktur sub sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa efek Indonesia tahun 2020-2023, data diperoleh dari website resmi BEI : www.idx.co.id dan website resmi masing-masing perusahaan. Adapun waktu penelitian dimulai dari bulan Oktober 2024 sampai dengan selesai.

