

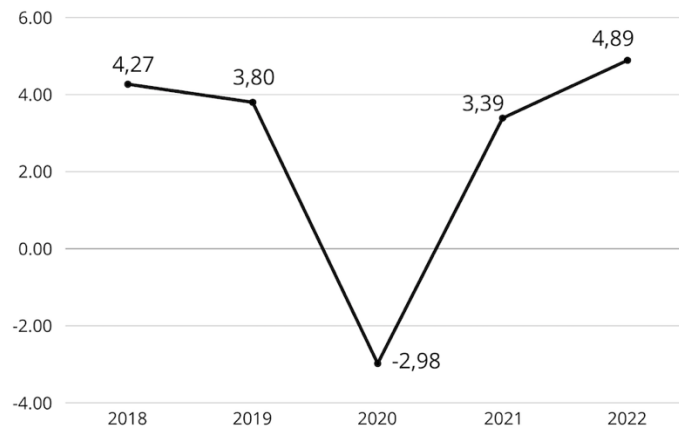
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi merupakan perusahaan yang memproduksi kebutuhan sehari-hari masyarakat umum, diantaranya terdapat sub sektor makanan dan minuman, tembakau, kosmetik, farmasi, keperluan rumah tangga, dan peralatan rumah tangga. Sehingga produk yang dihasilkan oleh sektor ini dapat menunjukkan seberapa tingginya permintaan pembelian yang tentu saja berdampak pada kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang optimal. Hal tersebut menjadi salah satu alasan dari begitu banyaknya perusahaan di bidang industri barang konsumsi yang didirikan.

Dilansir dari CNBC Indonesia, Mirae Aset Sekuritas Indonesia dalam riset yang dipublikasikannya pada tahun 2018 mengemukakan bahwa terdapat beberapa faktor yang menyebabkan pertumbuhan industri barang konsumsi melambat. Diantaranya adalah persaingan antar perusahaan yang semakin ketat yang melibatkan berbagai merek lokal maupun impor. Karena seiring dengan berkembangnya zaman, kebutuhan masyarakat menjadi semakin banyak dan bervariasi sehingga muncul persaingan dalam menciptakan inovasi melalui produk baru yang lebih unggul. Pada tahun 2017, sektor ini hanya tumbuh sebesar 2,7%. Perlambatan tersebut tercermin dari kinerja beberapa emiten yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), seperti PT Unilever Indonesia Tbk yang kinerjanya menurun hingga 19,7% dan PT Kalbe Farma Tbk juga merosot 20,23% (Kemenperin, 2021).

Laju Pertumbuhan PDB Industri Manufaktur 2018-2022

Sumber: <http://bps.go.id> (data diolah oleh peneliti)

Gambar 1.1
Laju Pertumbuhan PDB Industri Manufaktur 2018-2022

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa industri manufaktur termasuk sektor barang konsumsi, mengalami pertumbuhan yang stabil hingga tahun 2019, kemudian mengalami penurunan drastis pada tahun 2020 yang disebabkan oleh dampak pandemi COVID-19. Namun, di tahun 2021, sektor ini bangkit dan membuktikan bahwa perusahaan yang bergerak di bidang konsumsi banyak menciptakan inovasi baru yakni membuat produk untuk kebutuhan di saat pandemi setelah pemerintah mengumumkan situasi *new normal*. Kemudian di tahun 2022 meningkat 1,5% dan menunjukkan bahwa industri ini telah melalui masa sulit dengan kembali mengalami pertumbuhan yang signifikan.

Sub sektor pakaian memiliki persentase pertumbuhan yang tinggi dibanding sub sektor makanan dan minuman yang menjadi kebutuhan pokok masyarakat. Hal ini dikarenakan mayoritas masyarakat lebih mementingkan penampilan atau gaya hidup untuk kesehariannya. Diikuti dengan sub sektor kesehatan dan pendidikan

serta perlengkapan rumah tangga yang persentasenya lebih rendah karena tidak semua masyarakat mampu membeli atau memenuhi kebutuhan tersebut. Data di atas dapat dilihat pada diagram berikut:



Sumber: <http://bps.go.id> (data diolah oleh peneliti)

Gambar 1.2
Laju Pertumbuhan PDB Sektor Industri Barang Konsumsi 2022

Pinky Movement yang merupakan program CSR Pertamina berfokus pada bidang ekonomi, lebih tepatnya sub kategori *Sustainability Business*. Pertamina memberikan bantuan berupa kredit pinjaman untuk outlet *Bright Gas* sebagai jaringan distribusi resmi LPG PSO. Program ini menjadi sarana bagi Pertamina untuk mendanai pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnisnya, menghasilkan berbagai produk inovatif, dan menegaskan keunggulan produk lokal. *Pinky Movement* meningkatkan kapasitas pelaku UMKM yang dijalankan dengan mendekatkan proses inti bisnis Pertamina. Program CSR dengan mendukung usaha kecil dan memberikan bantuan dana kepada UMKM seperti ini akan meningkatkan daya saing bagi perusahaan, karena dapat membantu UMKM mitra binaan untuk naik kelas. Maka dari itu, perusahaan akan lebih berupaya dalam meningkatkan

penjualan produknya guna memperoleh laba dan semakin banyak mitra *Bright Gas* maka akan semakin banyak produk yang didistribusikan dan terjual, hal ini dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan melalui hasil penjualan produknya melalui outlet yang telah diberikan kredit pinjaman. Terbukti dari kenaikan pendapatan sebesar 48% dari tahun 2021, Pertamina memperoleh laba 56,6 triliun rupiah salah satu faktornya yaitu peningkatan produksi dan penjualan migas. Terlebih lagi, *Pinky Movement* dapat menciptakan nilai ekonomi dan nilai sosial secara Bersama-sama tanpa salah satu diutamakan atau dikesampingkan.

Menurut Brigham dan Houston (2011) ukuran perusahaan adalah skala besar kecilnya perusahaan yang dapat diklasifikasikan berdasarkan berbagai cara antara lain dengan ukuran pendapatan, total aset, dan total ekuitas. Perusahaan yang memiliki total aset yang besar, akan cenderung merepresentasikan sebagai perusahaan besar, pun sebaliknya. Hal ini sejalan dengan Anggono dan Handoko (2009) bahwa ukuran perusahaan dapat diproksikan dari total aset. Semakin besar aset, maka semakin besar modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin besar kapitalisasi perusahaan (Fitriyah, 2020).

Menurut Maryam (2014), *leverage* adalah penggunaan sejumlah aset atau dana oleh perusahaan dimana dalam penggunaan aset atau dana tersebut, perusahaan harus mengeluarkan biaya tetap. Dengan kata lain seberapa besar perusahaan membiayai asetnya dengan utang. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi memiliki kecenderungan untuk mengungkapkan informasi dengan lebih baik dan lebih banyak. Hal ini dikarenakan untuk menghilangkan keraguan pada pemegang saham mengenai kinerja dari manajemen perusahaan (Wahyuningsih

dan Mahdar, 2018). Rasio yang digunakan untuk menghitung *leverage* adalah *Debt to Equity Ratio* (DER) karena digunakan untuk membandingkan jumlah utang terhadap ekuitas, rasio ini sering digunakan untuk melihat seberapa besar utang perusahaan jika dibandingkan ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan (Kasmir, 2019). Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan sangat bergantung pada pinjaman dari luar sebagai dana tambahan untuk aset dan kegiatan operasional tetapi akan menimbulkan risiko yang tinggi perihal apakah perusahaan mampu mengembalikan dana dari luar. Sedangkan perusahaan dengan tingkat *leverage* yang rendah berarti lebih banyak membiayai sendiri aset dan kegiatan operasionalnya melalui investasi dari pemilik atau pendiri perusahaan itu sendiri.

Profitabilitas merupakan ukuran kemampuan dari perusahaan dalam memperoleh suatu keuntungan atau laba selama periode tertentu serta untuk mengukur efektivitas pengelolaan manajemen. Profitabilitas dapat diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh selama periode tertentu dengan jumlah aktiva atau modal perusahaan tersebut yang dinyatakan dalam persentase (Sartono, 2010:122). Rasio profitabilitas yang dipakai dalam penelitian ini adalah *Return On Assets* (ROA) untuk mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan pada pengembalian utang dan mengukur keefektifan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan agar total aset bertambah untuk mengindikasikan ukuran perusahaan tersebut. Profit juga berguna sebagai anggaran khusus untuk pelaksanaan CSR sebagai kegiatan wajib perusahaan yang peraturannya sudah tercantum di dalam undang-undang.

Menurut analisa dalam Kadim dan Nardi (2019) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *leverage*. Vio dan Irdha (2019) juga menemukan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *leverage*. Tetapi tidak sejalan dengan Jenny (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *leverage*, karena perusahaan yang lebih besar pada umumnya akan lebih mudah dalam memperoleh hutang dibandingkan dengan perusahaan kecil. Oleh sebab itu dengan hutang maka perusahaan dapat berkembang lebih baik lagi (Jenny, 2017). Ini artinya perusahaan besar akan lebih mampu dalam mengelola hutang dan memanfaatkannya untuk operasional perusahaan. Investor atau penyedia hutang juga akan mempertimbangkan dana yang akan diberikan pada suatu perusahaan, salah satu indikatornya adalah ukuran perusahaan. Hutang yang diberikan dalam jumlah besar menandakan perusahaan tersebut menjalankan kegiatan produksi dalam skala besar. Ini tandanya ukuran perusahaan dan *leverage* saling mempengaruhi satu sama lain.

Sedangkan hubungan ukuran perusahaan dengan profitabilitas adalah semakin besar ukuran perusahaan maka semakin mudah untuk mendapatkan dana eksternal berupa hutang untuk membantu kegiatan operasional perusahaan dan meningkatkan produktivitas perusahaan sehingga profitabilitas akan meningkat pula. Bagus dan Putu (2015) menemukan bahwa ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Hasil penelitian ini sejalan dengan Adria dan Susanto (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Namun, kedua penelitian tersebut bertolak belakang dengan hasil penelitian Wela dan Ida (2015)

yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas serta menurut Febria dan Halmawati (2014) ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Nominal profitabilitas suatu perusahaan dapat menjadi indikator dari seberapa besar perusahaan, karena ukuran perusahaan memiliki klasifikasi berdasarkan total aset yang dimiliki perusahaan. Profit atau laba yang dihasilkan perusahaan akan menambah aset dan menandakan apakah perusahaan tersebut merupakan perusahaan kecil, perusahaan menengah, atau perusahaan besar. Hal ini menunjukkan bahwa antara ukuran perusahaan dan profitabilitas saling memiliki keterkaitan.

Penggunaan hutang memiliki risiko yang cukup besar atas tidak terbayarnya hutang, sehingga penggunaan hutang perlu memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (Novari & Lestari, 2016). Penggunaan hutang dalam bentuk investasi sebagai tambahan aset perusahaan diharapkan dapat meningkatkan keuntungan yang akan diperoleh perusahaan (Lahmi Febria & Halmawati, 2014). Chelsea dan Liana (2020) menyatakan *leverage* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas dan sejalan dengan hasil penelitian Adria dan Susanto (2020). Namun, bertolak belakang dengan Wela dan Ida (2015) bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas. Hasil dari laba bisa menjadi salah satu sumber untuk mengatasi *leverage* dengan menggunakannya sebagai pembayaran hutang. *Return on Assets* atau pengembalian aset sebagai proksi dari profitabilitas inilah yang menjadi alat dalam mengatasi kewajiban dari

suatu perusahaan. Maka dapat disimpulkan pula bahwa *leverage* dan profitabilitas dapat memberikan pengaruh antar satu sama lain.

Tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab perusahaan yang berkaitan dengan lingkungan dan diberikan kepada sosial yang terletak di daerah perusahaan tersebut maupun di daerah lain. Menurut Ahmad Lamo Said (2018:23), *corporate social responsibility* adalah sebagai upaya dari perusahaan untuk menaikkan citranya di mata publik dengan membuat program-program amal baik yang bersifat eksternal maupun internal. Pada faktor eksternal inilah yang umumnya menjadi sasaran perusahaan untuk memberikan dampak baik demi mencapai tujuan secara tidak langsung. Program CSR ini dirancang untuk mencapai kesejahteraan masyarakat dan mendukung tercapainya pembangunan berkelanjutan (Hadi & Udin, 2020). CSR harus diperhatikan lebih serius seiring dengan kemajuan teknologi informasi karena banyak terjadi kasus dimana perusahaan tidak mampu memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan cenderung memberikan kontribusi negatif atas dampak dari operasional perusahaan (Anggara, 2015). Maka dari itu, CSR di Indonesia sudah tidak lagi bersifat sukarela bagi perusahaan. Karena berlakunya UU No. 40 Tahun 2007 yang mengatur tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 yang menyatakan: (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). (2) TJSL merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang

tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Sanksi yang berlaku dalam UU No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Hidup Pasal 76 yaitu perusahaan akan dibekukan dan dicabut usahanya sehingga tidak dapat beroperasi kembali. Berikut tujuan dari UU ini yakni untuk melindungi wilayah NKRI dari pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup serta menjamin keselamatan, kesehatan, dan kehidupan manusia.

menurut Ningrum et al (2019) faktor-faktor yang mempengaruhi CSR adalah usia perusahaan, jenis industri, ukuran perusahaan, permintaan karyawan, kebijakan pemerintah, budaya organisasi, dan permintaan pelanggan. Dalam penelitian ini hanya membahas ukuran perusahaan terhadap CSR, tetapi juga membuktikan pengaruh *leverage* dan profitabilitas terhadap CSR. Pendanaan CSR diambil dari profitabilitas atau keuntungan bersih perusahaan, karena perusahaan akan lebih aman dalam menganggarkan biaya untuk CSR melalui laba tanpa harus memikirkan kewajiban lain yang masih harus dibayar. Maka profitabilitas memiliki kontribusi besar terhadap implementasi CSR suatu perusahaan. Hasil penelitian Munsaidah et al (2016), Dian (2011), dan Riskia (2012) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap CSR.

Penelitian mengenai ukuran perusahaan menunjukkan hubungan positif dengan CSR seperti dalam Siti et al (2016) yang menemukan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan pelaksanaan CSR karena semakin besar perusahaan maka akan semakin banyak aktivitas CSR yang diselenggarakan oleh perusahaan. Hasil penelitian sesuai dengan Hardianti dan Anwar (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap CSR. Tetapi bertolak

belakang dengan Fitriyah (2020) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap CSR serta menyatakan pula penelitian variabel lainnya yaitu *leverage* yang berpengaruh terhadap CSR dan menjelaskan dengan tingkat *leverage* yang tinggi cenderung dapat mengurangi CSR yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Hal ini tidak konsisten dengan Siti et al (2016) dan Hardianti dan Anwar (2020) yang menemukan hasil bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Menurut Bungaran Antonius (2017) dalam Dinna (2020) manfaat CSR bagi perusahaan secara umum dapat mengimplementasikan melalui tiga hal yaitu keuntungan (*profit*), masyarakat (*people*), lingkungan (*planet*). Maka dengan segala manfaat yang ada, keberhasilan program CSR oleh suatu perusahaan sangat diharapkan dengan tujuan dapat menguntungkan semua pihak.

Alasan penulis memilih perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi pada penelitian ini adalah karena bidang industri barang konsumsi terus berkembang seiring berjalannya waktu melalui produk yang dihasilkan dan menjadi kebutuhan pokok untuk menjamin keberlangsungan hidup bagi masyarakat. Hal ini menjadi salah satu alasan dari pertumbuhan PDB berdasarkan tingkat daya beli konsumen. Semakin tinggi tingkat daya beli maka akan semakin besar profit yang akan dihasilkan sebagai sumber dana untuk kegiatan CSR. Program CSR dari perusahaan-perusahaan *go public* bidang industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI juga seringkali tersorot oleh media, yang menandakan seberapa besar program tersebut bermanfaat bagi lingkungan khususnya bagi masyarakat dan perusahaan itu sendiri. Sektor industri barang konsumsi di Indonesia juga

menunjukkan dampak positif dalam pasar modal, terlihat dari kemunculan perusahaan barang konsumsi baru yang *go public* terus bertambah dan menjadi bagian untuk ikut serta mensejahterakan perekonomian Indonesia.

Alasan penulis memilih judul penelitian ini adalah untuk mengetahui perkembangan pengaruh antar variabel terhadap objek penelitian yang telah ditentukan dengan penelitian sebelumnya yang sudah ada. Pada pengaruh antar variabel dari sejumlah perusahaan, penulis dapat mengetahui pembaruan hasil penelitian yang nantinya akan berguna bagi pembaca sebagai pembanding dengan penelitian sebelumnya atau sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

Penelitian mengenai ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan yang terdaftar di BEI telah banyak dilakukan. Penelitian sebelumnya menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap CSR, karena semakin besar ukuran perusahaan maka semakin banyak pula aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan (Munsaidah et al., 2016; Pratiwi & Ismawati, 2019; Dewi & Sedana, 2019; Hardianti & Anwar, 2020). Di sisi lain, *leverage* menunjukkan pengaruh yang positif terhadap CSR dan menyatakan perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas. Begitu pula pada profitabilitas yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR karena perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi lebih banyak melakukan aktivitas sosial (Putri et al., 2017; Wulandari & Zulhaimi, 2017; Laili & Apramilda, 2023). Sedangkan penelitian lainnya menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap CSR karena perusahaan lebih mengedepankan pelunasan hutang daripada mengeluarkan

biaya untuk pengungkapan CSR, akibatnya laba pengungkapan CSR menurun (Arita & Mukhtar, 2019; Totanan et al., 2022; Barlinti & Aris, 2023). Variasi temuan-temuan ini menunjukkan adanya *research gap* yang perlu ditelusuri lebih lanjut, terutama dalam sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi gap tersebut dengan menguji pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap CSR.

1.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijabarkan di atas, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas pada perusahaan industri sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2023?
2. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas secara simultan terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2023?
3. Bagaimana hubungan ukuran perusahaan dan *leverage* pada perusahaan industri sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2023?
4. Bagaimana hubungan *leverage* dan profitabilitas pada perusahaan industri sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2023?
5. Bagaimana hubungan ukuran perusahaan dan *leverage* pada perusahaan industri sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2023?
6. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas secara parsial terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2023?

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas pada perusahaan sektor industri barang konsumsi pada perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2023.
2. Untuk mengetahui hubungan ukuran perusahaan dan *leverage* pada perusahaan industri sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2023.
3. Untuk mengetahui hubungan *leverage* dan profitabilitas pada perusahaan industri sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2023.
4. Untuk mengetahui hubungan ukuran perusahaan dan *leverage* pada perusahaan industri sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2023.
5. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2023.

1.3 Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Sebagai pendalaman teori-teori yang telah didapatkan selama belajar di bangku perkuliahan serta menambah wawasan dalam hal penelitian dan objek penelitian.

2. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi yang bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dan pembanding bagi penelitian-penelitian berikutnya pada permasalahan yang sama.

1.4 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) yang dapat diperoleh dari *website* resmi www.idx.co.id yang sudah menyediakan sumber data dengan keakuratan yang terjamin untuk dijadikan sebagai data sekunder dalam penelitian ini.

1.5.2 Waktu Penelitian

Adapun penelitian ini dilakukan selama enam bulan, dimulai dari September 2024 sampai dengan Juni 2026 (Lampiran 1).