

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pembahasan terkait dengan tanggungjawab sosial sudah diperbincangkan dan sudah dilaksanakan di beberapa perusahaan-perusahaan yang mendunia. Perusahaan lain juga disampaikan bahwa perusahaan tersebut telah melakukan pertanggungjawaban sosial perusahaan. *Corporate Social Responsibility (CSR)* yaitu hubungan antar aktivitas sosial dengan lingkungan serta masalah disekitar perusahaan beroperasi. Jika perusahaan mempunyai tanggungjawab sosial yang banyak berarti perusahaan tersebut akan memiliki citra yang baik bagi para *stakeholder*.

Konsep ini berkembang sedikit demi sedikit dalam jangka waktu panjang. Dimana konsep terkait dengan CSR perusahaan memiliki beberapa tahap, dimana pelaku usaha dan perkembangan ideologi mempengaruhi kelebihan dan kekurangan pada tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan demi keberlangsungan hidup suatu perusahaan.

Isu terkait dengan CSR perusahaan telah terkenal di Indonesia bersamaan dengan interaksi globalisasi, interaksi antar masyarakat terhadap akibat kegiatan bisnis suatu perusahaan yang dimana memiliki dampak tekanan dan tuntutan perusahaan agar dapat memperbesar tanggungjawab sosialnya. (Utami, 2013).

Jika suatu perusahaan mempertimbangkan kinerja perusahaannya hanya dari sisi keuangannya saja maka sudah tidak lagi menarik bagi para investor. Maka suatu perusahaan harus memaksimalkan kinerja perusahaannya melalui

manajemennya dengan menggunakan CSR. Menurut Syahputra dan Chandrayanthi (2013) mengutarakan, informasi sosial yang dipublikasikan ke dalam laporan keuangan tahunan menjadi suatu daya tarik bagi *stakeholder*.

Pengungkapan CSR sampai saat ini masih belum diwajibkan bagi setiap perusahaan mengakibatkan penyampaian dalam pengungkapan CSR itu sendiri dalam praktik di kehidupan sehari-hari masih secara *voluntary* (sukarela). Menurut Priyanka (2013), suatu organisasi berkecenderungan untuk percaya terhadap biaya dan keuntungan yang diperoleh pada saat organisasi memilih melakukan pengungkapan data sosial. Hanya saja perusahaan belum menjalankan CSR dengan baik di Indonesia.

Penelitian yang dilakukan Erdur, D. A., & Kara, E. (2014: 227-241) dengan judul *Analyzing The Effects of Corporate Social Responsibility Performance of Companies: An Application on Bist Corporate Governance Index Included Companies* menyimpulkan bahwa *there is a meaningful and positive relationship between corporate social responsibility and market value/book value ratio*, yang artinya adanya kaitan yang absolut pada tanggung jawab sosial perusahaan dengan rasio nilai pasar atau nilai buku.

Dikarenakan faktor biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan cukup besar maka perusahaan merasa enggan dalam mengungkapkan kegiatan CSR. Oleh karena itu, diperlukan tata kelola biaya oleh perusahaan agar perusahaan bisa memiliki nilai lebih bagi para mitra dan bukan mencampuri penyajian keuangan perusahaan yang mempengaruhi laba.

Apabila perusahaan sudah memiliki nilai positif bagi para masyarakat sekitar atau pelanggan, maka produk yang akan dihasilkan oleh perusahaan akan tetap selalu diminati oleh masyarakat sekitar. Hal ini menjadi nilai lebih dalam meningkatkan citra dan kinerja perusahaan. Para *stakeholder* akan senantiasa memperhatikan apakah modal yang ditanamkan di perusahaan tersebut memiliki laba yang besar.

Perolehan laba bersih dipergunakan sebagai alasan untuk memperkirakan kinerja keuangan perusahaan. Tanda kualitas bisnis yang menarik dapat diperkirakan berasal dari laba bersih. Selain itu, biasanya perusahaan memperhatikan kemampuan dalam memperoleh laba sebelum mengungkapkan kegiatan CSR.

Kinerja perusahaan juga dilihat dari tingkat profitabilitas dan tingkat pertumbuhan penjualan. Untuk alat pengukuran tingkat profitabilitas yaitu *Return on Assets* (ROA) dan alat pengukuran pertumbuhan penjualan adalah *Growth Sales Rate* (GSR). Total aktiva perusahaan bisa menjadi tolak ukur tingkat kesuksesan perusahaan dimana dari total aktiva tersebut memungkinkan perusahaan akan terus berdiri dalam jangka waktu panjang dan relatif stabil dalam menghasilkan laba sehingga menarik minat para penanam saham untuk menanamkan aset serta perusahaan yang melaksanakan aktivitas dan pengungkapan tanggungjawab sosial biasanya perusahaan berskala besar.

Berikut beberapa perusahaan otomotif di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020 dengan ROA dan GSR :

No	Kode Pers	Tahun	ROA	GSR
1	AUTO	2017	0.0902	0.3466
		2018	0.1132	0.4623
		2019	0.1683	0.5114
		2020	0.1763	0.5241
2	LPIN	2017	0.2783	0.4872
		2018	0.1820	0.5068
		2019	0.2526	0.4740
		2020	0.3700	0.2103
3	GJTL	2017	0.3217	0.1671
		2018	0.3415	0.2557
		2019	0.3426	0.2383
		2020	0.4723	0.3734

Sumber : Data Diolah, 2021

Tabel 1.1 Memberitahukan ternyata pada PT. Astra Otoparts, Tbk (AUTO) bahwa *Return on Asset* dan *Growth Sales Rate* mengalami fluktuasi peningkatan dan penurunan dari tahun 2017-2020. Pada PT. Multi Prima Sejahtera, Tbk (LPIN) bahwa *Return on Asset* terus mengalami peningkatan dari tahun 2017-2020, pada *Growth Sales Rate* juga mengalami peningkatan. Pada PT. Gajah Tunggal, Tbk (GJTL) bahwa *Return on Asset* mengalami peningkatan dari tahun 2017-2020, sedangkan *Growth Sales Rate* mengalami fluktuasi peningkatan dan penurunan dari tahun 2017-2020.

Penggunaan analisis rasio profitabilitas mempermudah perusahaan dalam mengetahui kinerja perusahaan padatahun berjalan sebagai acuan untuk mengendalikan laba yang diperoleh perusahaan. Fleksibelitas dan kebebasan perusahaan kepada manajemen untuk pengungkapan laba kepada para pemegang saham merupakan suatu faktor dari profitabilitas dan pertumbuhan penjualan. Kinerja keuangan, tingkat profitabilitas dan pertumbuhan penjualan dipergunakan sebagai dasar mempertimbangkan kinerja keuangan perusahaan. Kinerja perusahaan maksimal akan memengaruhi tingkat pengembalian yang tinggi menjadi harapan bagi para investor untuk berinvestasi.

Berdasarkan latar belakang diketahui pentingnya *corporate social reponsibility*, profitabilitas dan pertumbuhan penjualan profitabilitas dan pertumbuhan penjualan terhadap kinerja perusahaan, maka penulisakan melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Reponsibility*, Profitabilitas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Kinerja Perusahaan Otomotif di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah, permasalahan didalam penelitian dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Perusahaan-perusahaan *go public* sudah melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang bertujuan sebagai peningkatan nilai citra perusahaan terhadap para investor.

2. Perusahaan yang memperoleh peningkatan profitabilitas berpengaruh terhadap kinerja perusahaan baik dan menjadi salah satu alasan dalam menarik minat para investor.
3. Peningkatan pertumbuhan penjualan sangat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang baik.

1.3. Pembatasan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah, penelitian ini dibatasi pada pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Kinerja Perusahaan Otomotif di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020 dengan alat ukur *Corporate Social Responsibility* yaitu indeks CSR, alat ukur Profitabilitas yaitu *Net Profit Margin* (NPM), dan tingkat Pertumbuhan penjualan yang diukur dengan *Growth Sales Rate* (GSR) sedangkan alat ukur kinerja perusahaan yaitu *Return on Asset* (ROA).

1.4. Perumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang dan batasan masalah, maka penulis akan melakukan perumusan masalah, yaitu :

1. Apakah ada pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja perusahaan Otomotif di Bursa Efek Indonesia 2017-2020?
2. Apakah ada pengaruh Profitabilitas terhadap kinerja perusahaan Otomotif di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020?
3. Apakah ada pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap kinerja perusahaan Otomotif di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020?

4. Apakah ada pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan Pertumbuhan Penjualan secara simultan terhadap kinerja perusahaan Otomotif di Bursa Efek Indonesia 2017-2020?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap kinerja perusahaan otomotif di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020.
2. Menegetahui pengaruh profitabilitas terhadap kinerja perusahaan otomotif di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020.
3. Mengetahui pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap kinerja perusahaan otomotif di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini yaitu :

1. Bagi Penulis

Bagi penulis, penelitian tersebut diharapkan untuk menambah penegetahuan serta pemahaman penulis dalam penganalisisan terkait dengan pokok pembahasan penelitian.

2. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan, penelitian tersebut diharapkan menjadi suatu masukan dalam menangani permasalahan dalam perusahaan.

3. Bagi Peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan menjadi data perbandingan apabila sedang meneliti dengan pokok pembahasan yang sama.



THE
Character Building
UNIVERSITY