

# **BAB I**

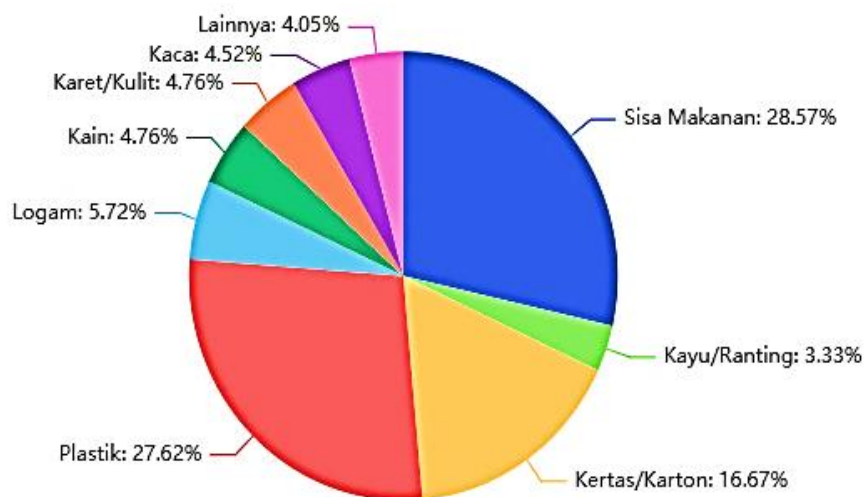
## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada era saat ini, setiap perusahaan mulai berbondong-bondong bersaing guna memperoleh kepercayaan masyarakat sebagai salah satu bentuk upaya mencapai tujuan suatu perusahaan. Namun dalam persaingan tersebut, perusahaan juga perlu memikirkan dampak aktivitas mereka terhadap satu sama lain, selain hanya untuk tujuan perusahaan yang tercapai (Setiawan dan Putra, 2022). Suatu perusahaan akan memiliki keberlanjutan terjamin apabila tolak ukur yang diterapkan tidak hanya bertitik pada kinerja ekonomi saja, melainkan dengan mengembangkan tolak ukurnya pada keseimbangan masyarakat dan lingkungan dari dampak sosial yang ditimbulkan melalui aktivitas perusahaan (Indriastuty dan Tasman, 2019).

Sejatinya suatu perusahaan jika didirikan di tengah-tengah masyarakat, maka setiap kegiatan operasionalnya harus taat akan norma yang diberlakukan pada lingkungan tersebut (Maharani dan Pertiwi, 2022). Perusahaan yang hidup di tengah-tengah masyarakat tidak menutup kemungkinan dari aktivitasnya memiliki dampak bagi sosial dan lingkungan sekitar. Umumnya perusahaan berdiri untuk memperoleh keuntungan semaksimal mungkin, akan tetapi dalam tujuan tersebut masih banyak perusahaan yang kurang memperhatikan lingkungan.

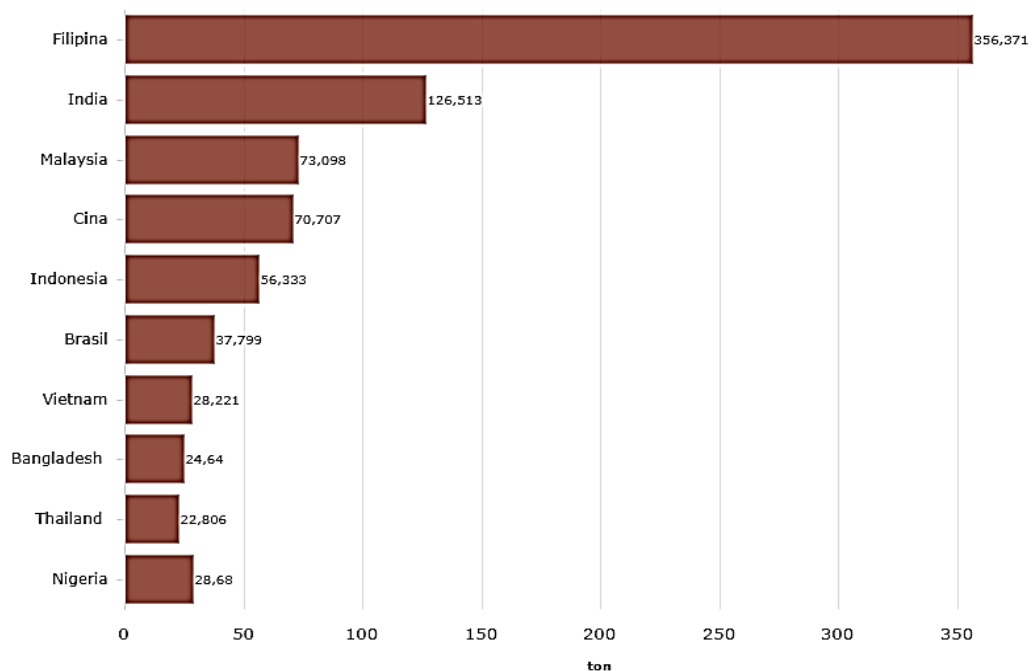
Salah satu bentuk kurangnya perhatian perusahaan pada lingkungan, dapat dilihat dari perusahaan yang acuh terhadap sosial dan lingkungan sekitarnya. Contoh-nya semakin banyak kasus limbah sampah berserakan di daerah tepi pantai dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Limbah sampah menjadi sumber masalah utama dalam pencemaran lingkungan dari segi lautan ataupun tanah. Limbah sampah tersebut didominasi oleh sampah plastik. Didukung dengan gambar yang dapat dilihat di bawah ini beberapa komposisi sampah yang sudah dibedakan berdasarkan jenisnya.



**Gambar 1.1 Komposisi Sampah Berdasarkan Jenisnya**  
 Sumber : Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (2022)

Terlihat pada gambar di atas bahwa sampah plastik menduduki peringkat kedua penyumbang sampah terbesar berdasarkan jenisnya. Persentase penyumbang sampah plastik pertama yaitu sampah sisa makanan sebesar 28,57%. Penyumbang sampah kedua, sampah plastik dengan persentase 27,62%. Kedua jenis sampah tersebut mendominasi jumlah sampah yang ada di Indonesia. Pencemaran lingkungan akibat sampah plastik menjadi ancaman

yang menakutkan di setiap daerah karena sampah plastik merupakan sampah yang memerlukan waktu cukup lama untuk terurai. Tidak hanya di Indonesia, namun di berbagai negara permasalahan tersebut menjadi salah satu penyumbang pencemaran lingkungan. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 1.2 sepuluh negara teratas penyumbang sampah plastik.

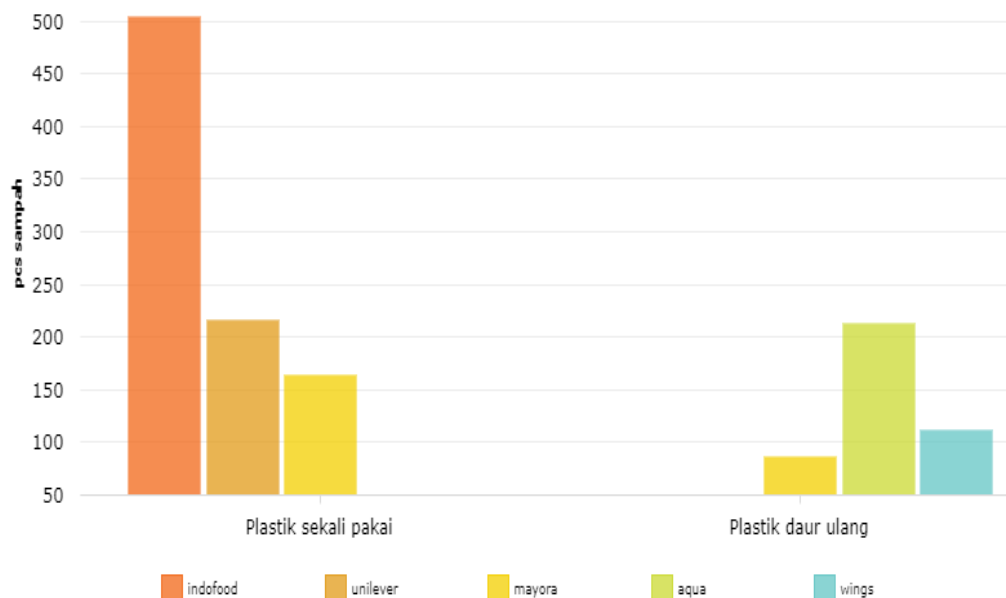


**Gambar 1.2 Sepuluh Negara Penyumbang Sampah Plastik Terbesar**

Sumber : Databoks (2022)

Pada gambar di atas menunjukkan banyaknya sampah yang disumbangkan oleh beberapa negara kelautan. Gambar 1.2 juga menunjukkan bahwa negara Indonesia merupakan salah satu negara penyumbang sampah plastik terbesar pada urutan kelima dari deretan negara Asia. Melihat dari data tersebut lima negara Asia yang masuk ke dalam penyumbang sampah plastik ke lautan adalah China, Thailand, Vietnam, Indonesia dan Filiphina. Menurut *Word population review*, negara Indonesia menyumbangkan sampah plastik ke

lautan sebesar 56,333 ribu ton sampah plastik. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Indonesia menyatakan bahwa 27,62% sampah di Indonesia didominasi oleh sampah plastik yang menduduki peringkat kedua dari berbagai jenis sampah. Gerakan global untuk mengatasi polusi sampah plastik diseluruh dunia *Break Free From Plastik* telah melakukan *brand audit* sejak 2018-2022 yang mendapatkan hasil bahwa produsen *fast moving consumer goods* menduduki peringkat pertama penyumbang sampah plastik di Indonesia, adapun beberapa perusahaan yang menyumbang sampah terbanyak yaitu PT. Indofood, PT. Unilever, dan PT. Mayora (Tempo.co, 2022). Dapat dilihat pada Gambar 1.3 perusahaan di Indonesia yang menyumbang sampah plastik terbesar.



**Gambar 1.3 Perusahaan Penyumbang Sampah Plastik di Indonesia**

Sumber : Databoks (2022)

Berdasarkan data Gambar 1.3 bahwasanya penyumbang sampah plastik terbesar didominasi oleh perusahaan sub sektor makanan dan minuman seperti pada PT. Indofood, PT. Unilever, dan PT. Mayora. Hal tersebut terlihat dari data pada Gambar 1.3 yang menyatakan bahwa berasal dari 11 pantai di Indonesia ditemukan 201,3 kg sampah, sebanyak 79,7% berbentuk sampah plastik sekali pakai dan 9,2% sampah plastik daur ulang yang disebabkan sebagian besar dari perusahaan sub sektor makanan dan minuman. Mengenai hal tersebut diindikasikan bahwa sub sektor makanan dan minuman belum mampu memaksimalkan tanggung jawab sosialnya. Maka dari itu perusahaan sub sektor makanan dan minuman diharapkan lebih meningkatkan kesadaran untuk memperhatikan lingkungan sekitar perusahaan sebagai upaya tanggung jawab sosial dari seluruh kegiatan operasional.

Menurut Indriastuty dan Tasman (2019) menjelaskan tanggung jawab sosial atau *Corporate social responsibility* (CSR) yaitu seperangkat aturan atau pedoman yang diterapkan dan diikuti oleh perusahaan. Tanggung jawab sosial berlandaskan *triple bottom line*, yakni tanggung jawab suatu perusahaan yang mencakup 3 dimensi, pertama mencari keuntungan bisnis (*profit*), memberdayakan lingkungan (*people*), dan memelihara kelestarian (*planet*). Tanggung jawab perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh kondisi keuangan saja. Berkaitan dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh (Sugeng, 2020). CSR didefinisikan sebagai upaya organisasi dalam menarik perhatian terhadap permasalahan lingkungan sosial sebagai bentuk interaksi dengan pemangku kepentingan.

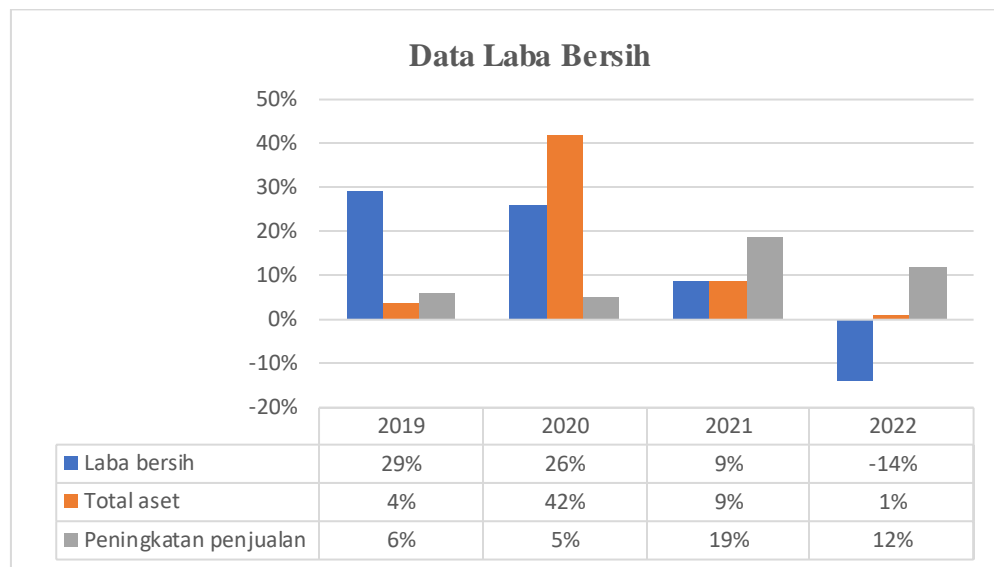
Melihat kasus yang terjadi tersebut, penting bagi dunia usaha menerapkan pengungkapan CSR untuk alat manajerial dalam mencegah konflik dengan lingkungan masyarakat dan sosial (Nofrivul *et al.*, 2022). Pengungkapan CSR perusahaan masih tergolong cukup rendah dari berbagai negara terutama pengungkapan CSR pada negara Indonesia. Dapat dilihat pada penelitian Setiawan dan Putra (2022) yang menunjukkan, Indonesia memiliki skor kualitas pengungkapan CSR yang sangat buruk yaitu 48,4 dari 100, dibandingkan dengan 56,8 di Thailand dan 48,8 di Singapura. Berbagai isu sosial dan kerusakan lingkungan perlu diperhatikan, mulai dari segi kontribusi perusahaan terhadap lingkungan sekitar dan melakukan pengungkapan CSR sebagai upaya penghindaran konflik lingkungan.

Pengungkapan CSR dalam penelitian menggunakan parameter pengukuran yang diterbitkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI), sejalan dengan penelitian (Hartono dan Siska, 2018). GRI merupakan suatu organisasi yang menciptakan standar khusus untuk dijadikan fondasi perusahaan dalam menerbitkan informasi mengenai keberlanjutannya (Setyawan, 2023). Alasan menggunakan pedoman tersebut karena banyak perusahaan di Indonesia mengikuti pedoman standar pengungkapan GRI. Proksi pengungkapan CSR pada penelitian menggunakan GRI G4 yang meliputi 3 kategori yakni ekonomi, sosial, dan lingkungan dengan keseluruhan 91 item pengukuran. Landasan penelitian menggunakan proksi CSR GRI G4 karena merupakan generasi terbaru dari CSR GRI G3 dan beberapa penelitian di sub sektor makanan dan minuman sering menggunakan

GRI G4 tersebut sebagai indikasi pengungkapan CSR. Sejalan dengan Wicaksono *et al.*, (2023) dan Hartono dan Siska (2018) yang memanfaatkan kriteria GRI G4 dalam menghitung pengungkapan CSR sub sektor makanan dan minuman.

Banyak pertanyaan yang mulai bermunculan dari fenomena yang telah terjadi. Seperti pertanyaan pengungkapan CSR dapat dipengaruhi oleh variabel apa saja. Pada penelitian menggunakan beberapa variabel yang dapat berpengaruh pada pengungkapan CSR yakni kinerja keuangan. Dalam kinerja keuangan terdapat beberapa variabel independen yang disinyalir dapat memengaruhi variabel dependen yaitu rasio Profitabilitas, *Leverage*, dan Likuiditas. Tidak hanya itu faktor lain yang dapat memengaruhi pengungkapan CSR adalah variabel ukuran perusahaan dan dewan komisaris. Sesuai penelitian yang telah dipaparkan oleh (Maharani dan Pertiwi, 2022), (Lumbantoruan *et al.*, 2020) dan (Zahroh *et al.*, 2023).

Faktor pertama profitabilitas, merupakan alat ukur untuk menentukan apakah suatu bisnis dapat menghasilkan keuntungan. Sejalan dengan pendapat Nofrivul *et al.*, (2022) di mana profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Ketika nilai profitabilitas meningkat maka laba perusahaan meningkat, sehingga perusahaan mampu mengelola, mengelompokkan, dan menyajikan pengungkapan laporan tahunan yang lebih menyeluruh seperti pada poin pengungkapan CSR. Dapat dilihat pada Grafik 1.1 yang menunjukkan besaran laba bersih yang ada dalam sub sektor makanan dan minuman tahun 2019-2022.



**Grafik 1.1 Data Pendukung Profitabilitas Tahun 2019-2022**

Sumber : Sumber Diolah (Annual Report)

Pada grafik di atas tingkat profitabilitas yang digambarkan dengan laba bersih pada setor tersebut menunjukkan tingkat profitabilitas yang berfluktuasi. Tahun 2020 tingkat profitabilitas mengalami penurunan sebesar 3% dari tahun sebelumnya disebabkan adanya virus pandemi covid-19 secara global. Pandemi covid-19 sepanjang tahun 2020 menimbulkan efek cukup tinggi bagi perdagangan akibat perekonomian menurun sehingga berimbas pada daya beli masyarakat (Sandria, 2021). Adanya covid-19 juga menghambat kegiatan masyarakat akibat pembatasan sosial berskala besar (PSBB) yang menghambat distribusi, dari sisi ritel, dan dari sisi jam operasional. Hal tersebut akhirnya menyebabkan penurunan penjualan dan laba bersih yang dihasilkan perusahaan. Namun berbanding terbalik dengan total aset perusahaan. Menurut Putri M (2020), digambarkan melalui PT. Mayora Indah Tbk peningkatan total aset dipengaruhi adanya penambahan investasi jangka pendek hingga aset lancar.

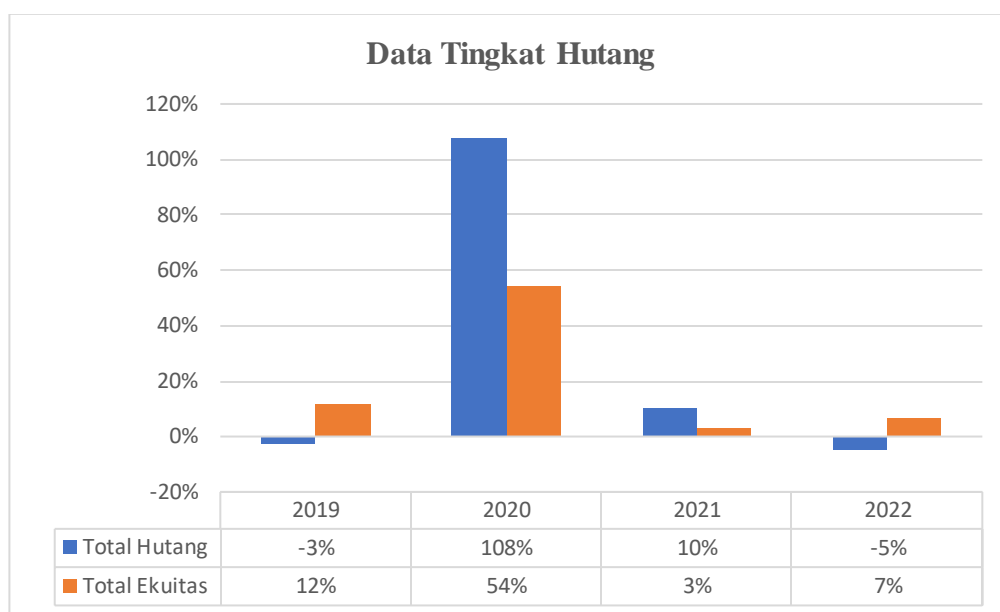


Pada tahun 2021 profitabilitas mengalami penurunan sebesar 17% akibat terjadinya peningkatan beban pokok penjualan. Begitu pula pada tahun 2022, pada PT. FKS Food Sejahtera Tbk mengalami penurunan laba bersih ditandai dengan adanya peningkatan pengeluaran beban pokok penjualan, beban distribusi dan beban administrasi (Rabbi, 2022). Penurunan laba bersih tahun 2022 memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan dengan penurunan total asetnya, sehingga dapat juga diartikan bahwa perusahaan kurang mampu mengembalikan dana total asetnya.

Fenomena tersebut yang melandasi peneliti memilih *return on asset* (ROA) untuk dijadikan proksi rasio profitabilitas. ROA merupakan suatu indikator keuangan dalam menunjukkan seberapa menguntungkan suatu bisnis dalam memanfaatkan seluruh asetnya (Nofrivul *et al.*, 2022). Pada saat perusahaan tidak mampu mengelola laba dengan baik dan terus meningkatkan total aset yang ada maka perusahaan tersebut tidak dapat mengungkapkan CSR dengan baik, dikarenakan tidak memiliki biaya lebih untuk menjalankan kegiatan sosial. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Putri (2017) dan Setianingrum (2020), menjelaskan ketika tingginya profitabilitas akan meningkatkan dan memperluas informasi CSR, sehingga variabel tersebut dapat berpengaruh pada pengungkapan CSR.

Faktor selanjutnya yaitu *Leverage*, tingkat kemampuan perusahaan sejauh mana dapat menggunakan asetnya untuk memenuhi kewajibannya. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Setiawan dan Putra (2022), yang menjelaskan kemampuan perusahaan dalam melunasi utangnya kepada pihak

lain dapat dinilai melalui perhitungan rasio *leverage*. Adapun tingkat Hutang sub sektor makanan dan minuman adalah sebagai berikut, seperti terlihat pada Grafik 1.2.



**Grafik 1.2 Data Pendukung *Leverage* Tahun 2019-2022**

Sumber : Sumber Diolah (Annual Report)

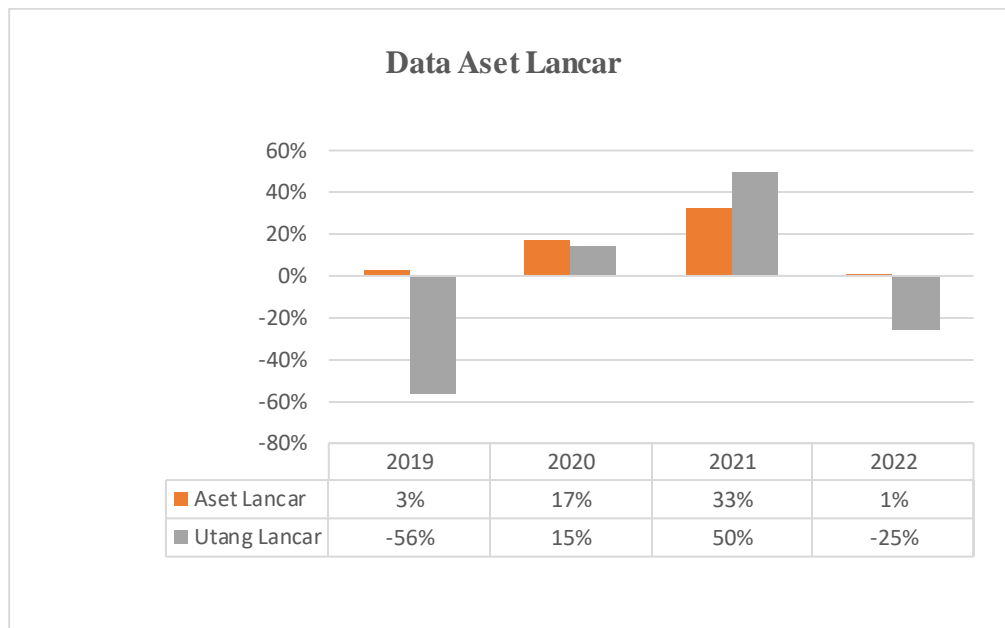
Dapat dilihat dari Grafik 1.2 tingkat *leverage* pada sub sektor makanan dan minuman digambarkan dengan total hutang yang mengalami fluktuasi. Pada tahun 2020 mengalami peningkatan *leverage* yang cukup drastis karena total hutang meningkat dibandingkan tahun 2019. Peningkatan total hutang pada sektor makanan dan minuman didominasi PT. Indofood CBP Tbk. Melalui CNBC.Com (2020) menjelaskan bahwa beban hutang Indofood meningkat karena adanya akuisisi Pinehill Company dibiayai menggunakan utang, sehingga tingkat *leverage* meningkat. Dari data 1.2 tersebut nilai *leverage* sub sektor makanan dan minuman tahun 2021 hingga 2022 mengalami penurunan. Nilai *leverage* tahun 2021 mengalami penurunan

karena adanya penurunan tingkat hutang yang dilunasi menggunakan penjualan aset yang ada sehingga total aset menurun dan total hutang ikut menurun. Pada tahun 2022 penurunan disebabkan nilai hutang lebih kecil daripada nilai ekuitas sehingga mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki modal yang cukup dan tidak bergantung pada hutang.

Melihat dari total aset dan total ekuitas sub sektor makanan dan minuman melandasi peneliti tertarik dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) sebagai tolak ukur perhitungan *leverage*. Hal ini dilakukan karena nilai ekuitas perusahaan dominan lebih besar dibandingkan total utangnya. Tidak hanya itu peneliti mengambil proksi DER karena sub sektor makanan dan minuman bergerak dibidang pemasaran produk sehingga perputaran dana investor lebih ditanamkan ke ekuitas dibandingkan asetnya. DER merupakan rasio untuk melihat seberapa besar setiap rupiah yang dijadikan jaminan hutang oleh perusahaan (Kasmir, 2019:159). Pada saat nilai *leverage* perusahaan tinggi, maka dalam pengungkapan CSR harus lebih ditingkatkan untuk meningkatkan kepercayaan kreditur terhadap perusahaan. Karena nilai *leverage* perusahaan yang tinggi, diperlukan banyak lagi informasi untuk mengurangi kekhawatiran oleh pemegang saham atau kreditor. Sejalan dengan penelitian Firdausi dan Prihandana (2022) dan Maharani dan Pertiwi (2022), *leverage* berpengaruh pada pengungkapan CSR. Nilai *leverage* yang semakin meningkat maka semakin banyak utang perusahaan, sehingga diperlukan pengungkapan CSR sebagai cara untuk memberi tahu pemangku kepentingan

bahwa bisnis beroperasi secara menguntungkan dan untuk mengalihkan perhatian mereka.

Rasio likuiditas indikator kinerja berikutnya yang mempengaruhi pengungkapan CSR atau dikenal dengan rasio modal kerja. Rasio ini membandingkan komponen neraca total aset lancar dan utang jangka pendek untuk menentukan seberapa likuid suatu perusahaan (Kasmir, 2019: 130). Rasio likuiditas mengukur seberapa besar aset perusahaan dapat digunakan untuk membayar utang jangka pendeknya. Pada Grafik 1.3 di bawah ini menunjukkan aset lancar pada sub sektor makanan dan minuman.



**Grafik 1.3 Data Pendukung Likuiditas Tahun 2019-2022**

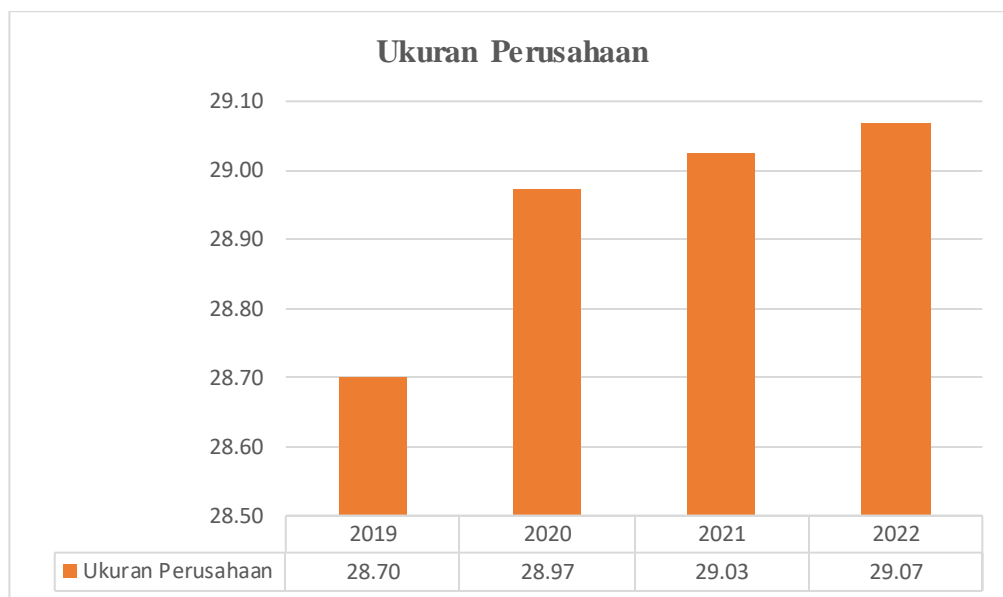
Sumber : Sumber Diolah (Annual Report)

Terlihat pada Grafik 1.3, nilai likuiditas mengalami fluktuasi. Tahun 2019 hingga 2020 tingkat likuiditas digambarkan melalui aset lancar mengalami peningkatan, dikarenakan nilai hutang lancar lebih kecil dibandingkan aset lancar. Hal itu terjadi akibat tingginya nilai penjualan dan total aset yang

dimiliki perusahaan tinggi, sehingga menggambarkan bahwa perusahaan mampu mengelola asetnya dan memenuhi kewajibannya. Pada tahun 2021 mengalami peningkatan nilai likuiditas dikarenakan peningkatan aset lancar sebesar 33%, akan tetapi tahun tersebut tidak bisa dikatakan perusahaan liquid karena nilai hutang lancar meningkat sebesar 50% dibandingkan tahun sebelumnya. Namun berbanding terbalik pada tahun 2022 rasio ini mengalami peningkatan karena terdapat penurunan nilai utang lancar sebesar 25% dari 2020. Semakin tinggi nilai likuiditas menggambarkan kondisi perusahaan semakin baik dalam mengelola suatu perusahaan, ditandai dengan tingginya rasio aset lancar daripada hutang lancar (Purba dan Candradewi, 2019).

Tingkat likuiditas penelitian ini diproksikan menggunakan *Current Ratio* (CR), yaitu rasio yang mengukur besaran aset lancar perusahaan yang bisa digunakan melunasi kewajiban jangka pendeknya. CR digunakan untuk melihat kapasitas membayar utang lancar sesuai jadwal atau tepat waktu suatu perusahaan (Teng *et al.*, 2022). Melalui tingkat likuiditas yang tinggi maka secara tidak langsung sebagian besar investor akan menilai baik suatu perusahaan karena tingginya aset lancar mampu melunasi hutang lancar yang ada, kondisi tersebut dapat menyebabkan perusahaan lebih berkomitmen dalam melaporkan CSR karena dianggap mampu dari segi pembiayaan. Sejalan dengan penelitian Octaviandito (2023) dan Dipasti dan Sulistyowati (2022), yang mengungkapkan bahwa tingginya likuiditas dapat mempengaruhi pengungkapan CSR.

Faktor berikutnya yang memengaruhi CSR yakni ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan atau sering dikenal dengan *firm size*, merupakan ukuran kecil besarnya suatu perusahaan yang ditentukan oleh total aset yang ada. Ukuran perusahaan dapat dijadikan dasar dalam mengklasifikasikan suatu perusahaan dikatakan kecil atau besar (Maharani dan Pertiwi, 2022). Dapat dilihat pada Grafik 1.4 yang menunjukkan besaran ukuran perusahaan pada sektor makanan minuman tahun 2019 hingga 2022.



**Grafik 1.4 Ukuran Perusahaan Tahun 2019-2022**

Sumber : Sumber Diolah (Annual Report)

Ukuran perusahaan pada sektor di atas selama tahun 2019-2022 dapat dilihat terus mengalami peningkatan, disajikan pada Grafik 1.4. Hal tersebut dikarenakan total aset perusahaan yang semakin meningkat. Besarnya peningkatan menandakan suatu perusahaan tersebut memiliki banyak ide ataupun pengalaman dalam pengembangan bisnisnya. Perusahaan-perusahaan besar seringkali menarik banyak perhatian publik, oleh karena itu dari sudut

pandang manajemen mereka lebih banyak melaporkan informasi terkait tanggung jawab sosial secara umum untuk mendapatkan kepercayaan publik. Sejalan dengan penelitian Dewi dan Sedana (2019) di mana ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR. Perusahaan besar biasanya memiliki akses terhadap personel yang berketerampilan tinggi dan memungkinkan mereka untuk meningkatkan dukungan keuangan serta memperluas pelaporan atau penyampaian informasi mengenai tanggung jawab perusahaan pada sosial dan lingkungan.

Selanjutnya faktor terakhir dalam memengaruhi CSR yaitu dewan komisaris, merupakan bagian penting perusahaan yang bertanggungjawab atas pengambilan keputusan dan pengawasan untuk mencapai tujuan perusahaan (Zahroh *et al.*, 2023). Fungsi dewan komisaris untuk mengawasi dan menasihati para direksi manajemen dalam kegiatannya operasinya, mulai dari kegiatan tata kelola perusahaan yakni dengan memastikan transparansi dan akuntabilitas terkait informasi keuangan dan non keuangan. Otoritas jasa keuangan Nomor 55/POJK.03/2016 telah menetapkan bahwa banyak anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan minimal 3 anggota, yang di dalamnya meliputi komisaris non independen dan independen (OJK, 2016). Keseluruhan dewan komisaris perusahaan digunakan dalam penelitian ini. Dewan komisaris bertugas untuk menjamin tata kelola perusahaan berjalan lancar dan tidak terjadi penyelewengan, seperti pada pengungkapan CSR yang harus diawasi agar sesuai dengan norma yang ada. Sehingga banyaknya jumlah dewan komisaris pada perusahaan dapat memengaruhi pengungkapan

CSR. Dapat dilihat pada gambar di bawah ini besaran dewan komisaris sektor makanan dan minuman.

**Tabel 1.1 Besaran Dewan Komisaris Dan Pengungkapan CSR**

Perusahaan	Kode Saham	Tahun	Pengungkapan CSR	Dewan Komisaris
Sariguna Primatirta Tbk	CLEO	2021	0,23	3
		2022	0,31	3
Campina Ice Cream Industry Tbk	CAMP	2021	0,34	3
		2022	0,29	2
Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP	2021	0,43	7
		2022	0,42	6

Sumber : Data diolah Penulis (Annual Report)

Penelitian Yanti *et al.*, (2021) dan Zahroh *et al.*, (2023), mendapatkan hasil dewan komisaris dapat memengaruhi pengungkapan CSR. Hal tersebut juga terlihat pada di atas yang menjelaskan bahwasanya dewan komisaris berpengaruh terhadap CSR, pada saat perusahaan memiliki dewan komisaris banyak, tanda semakin besar pengungkapan CSR-nya. Jumlah anggota dewan komisaris pada PT. Indofood CBP Tbk tahun 2021 sebanyak 7 anggota, memiliki jumlah anggota lebih besar jika dibandingkan dengan PT. Sariguna Primatirta Tbk dan PT. Campina Tbk yang hanya memiliki 3 anggota saja. Kesenjangan jumlah anggota pada ketiga perusahaan tersebut memengaruhi jumlah pengungkapan CSR-nya. Dimana pengungkapan CSR PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk sebesar 0,43 sedangkan PT. Sariguna Primatirta hanya sebesar 0,23 dan PT. Campina Ice Cream Industry sebesar 0,34. Tidak hanya itu pengaruh lain yang mendukung penelitian pengaruh dewan komisaris pada pengungkapan CSR juga dapat dilihat pada saat berkurangnya jumlah direksi PT. Indofood CBP yang disebabkan meninggalnya salah satu



anggota dan PT. Campina Ice Cream pada tahun 2022 karena perubahan susunan anggota, berimbas pada menurunnya pengungkapan CSR pada tahun tersebut. Sehingga menandakan bahwasanya dewan komisaris memengaruhi pengungkapan CSR.

Penelitian ini replikasi dari penelitian Indriastuty dan Tasman (2019) dan Nofrivul *et al.*, (2022) yang menguji pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR, namun penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan yang tidak konsisten satu sama lainnya. Sehingga perbedaan hasil tersebut menjadi alasan peneliti tertarik untuk menguji kembali pengaruh CSR. Alasan peneliti menyusun penelitian dengan objek sektor makanan dan minuman karena di Indonesia sendiri sektor ini merupakan penghasil bahan jadi yang mempunyai banyak dampak buruk terhadap lingkungan sekitar. Berdasarkan fenomena tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul **“Analisis Peran Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, Dan Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Sub Sektor Makanan Dan Minuman”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berikut ini merupakan rumusan masalah yang akan dikaji secara menyeluruh lebih dalam pada penelitian, yang diambil berdasarkan penjelasan latar belakang di atas :

1. Apakah rasio profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* ?

2. Apakah rasio *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* ?
3. Apakah rasio likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* ?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* ?
5. Apakah dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berikut tujuan penelitian yang didasarkan pada rumusan masalah yang telah disusun :

1. Untuk menganalisis dan mengetahui rasio profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui rasio *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui rasio likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*
4. Untuk menganalisis dan mengetahui ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.
5. Untuk menganalisis dan mengetahui dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat, adapun manfaat tersebut yaitu sebagai berikut ini :

##### **1. Manfaat Teoritis**

###### **a. Bagi Penulis**

Melalui hasil penelitian diharapkan dapat menambah pengetahuan, pemahaman, dan wawasan penulis mengenai rasio-rasio yang diyakini berdampak pada besarnya pengungkapan CSR sektor makanan dan minuman

###### **b. Bagi peneliti selanjutnya**

Hasil analisis penelitian diharapkan dapat menjadi bahan masukan, referensi, atau acuan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji pengungkapan CSR dalam bidang yang sama agar ke depannya didapatkan hasil analisa yang terbaru dan jauh lebih baik lagi.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi Perusahaan**

Harapan peneliti hasil dari penelitian bisa memberikan informasi dan rekomendasi kepada pemilik perusahaan dalam pengambilan keputusan mengenai kebijakan pengungkapan CSR pada laporan keuangan.

###### **b. Bagi Universitas**

Isi dari penelitian diharapkan bisa menjadi bahan referensi untuk peneliti selanjutnya, dan diharapkan penelitian ini mampu menambah

pengetahuan mengenai ruang lingkup CSR, mulai dari pelaksanaan, pengungkapan atau pelaporan CSR.

#### **E. Ruang Lingkup Penelitian**

Adapun ruang lingkup pada penelitian untuk menghindari tidak terkendalinya bahasan masalah yang berlebihan ataupun bahasan yang terlalu luas. Maka dari itu peneliti memberikan batasan penelitian sebagai berikut ini :

1. Penilaian berfokus pada variabel independen (bebas) (X) dan Variabel dependen (terikat) (Y). Variabel independen pada penelitian ini yakni rasio profitabilitas, *leverage*, likuiditas, ukuran perusahaan, dan dewan komisaris. Sedangkan untuk variabel dependen yaitu pengungkapan *CSR*.
2. Pada variabel independen beberapa indikator yang digunakan yaitu indikator dari penelitian rasio profitabilitas menggunakan ROA, rasio *leverage* menggunakan DER, likuiditas menggunakan CR, ukuran perusahaan menggunakan *Ln Total aset*, dan dewan komisaris menggunakan total anggota dewan komisaris.
3. Pada variabel dependen berfokus pada pengungkapan CSR menggunakan indikator CSR GRI G4.