

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peran *Corporate Social Responsibility* dalam dunia bisnis semakin penting, terutama di tengah meningkatnya kesadaran akan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. *Corporate Social Responsibility* tidak lagi dianggap sebagai kewajiban, tetapi sebagai bagian dari strategi perusahaan untuk meningkatkan reputasi dan membangun hubungan yang kuat dengan para pemangku kepentingan. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* di perusahaan sering kali menjadi penentu keberlanjutan bisnis di masa depan karena masyarakat, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya semakin memperhatikan kontribusi sosial dan lingkungan yang diberikan oleh perusahaan.

Perusahaan memiliki signifikansi besar dalam kemajuan ekonomi suatu negara. Melalui penciptaan lapangan pekerjaan, perusahaan berkontribusi secara efektif untuk mengurangi tingkat pengangguran dan menekan angka kemiskinan. Selain itu, perusahaan berfungsi sebagai agen ekonomi yang mampu mendorong kelangsungan perputaran roda ekonomi negara melalui produksi barang atau jasa yang mereka hasilkan.

Pada era saat ini, perusahaan saling bersaing untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat agar dapat terus berkembang, tidak hanya semata mata untuk mencapai tujuan perusahaan saja tetapi perusahaan dituntut pula untuk bertanggung jawab dengan tidak mengabaikan dampak yang timbul dari aktivitas perusahaan tersebut. Tanggung jawab perusahaan sebenarnya sudah diatur di

dalam Peraturan pemerintah No. 47 Tahun 2012 pasal 2 yang berbunyi: “Setiap perseroan selaku objek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan”, maka setiap perusahaan yang menjalankan bidang usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Salah satu bentuk yang dapat dilakukan oleh perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan yaitu dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Putra & Setiawan, 2022).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* disampaikan melalui suatu dokumen yang dikenal dengan laporan keberlanjutan (*sustainability report*). *Sustainability report* merupakan bentuk publikasi informasi yang disediakan oleh perusahaan sebagai cerminan kinerja yang meliputi kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial (Sari et al., 2017). Melalui *sustainability report* tersebut dapat diidentifikasi sejauh mana tanggung jawab sosial suatu perusahaan sehingga dapat menarik minat bisnis global (Suharyani et al., 2019). Penyusunan *sustainability report* di era kini mengacu pada *Global Reporting Initiative* (GRI) Standards yang diterbitkan oleh organisasi yang menangani masalah pengungkapan lingkungan hidup.

Salah satu faktor yang memengaruhi pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* adalah *Leverage* juga merupakan faktor penting yang mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam menjalankan program *Corporate Social Responsibility*. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi, yaitu rasio utang yang besar dibandingkan ekuitas, cenderung lebih berhati-hati dalam mengalokasikan sumber daya ke program-program sosial dan lingkungan.

Tingginya beban utang dapat memaksa perusahaan untuk lebih fokus pada kewajiban finansialnya daripada pada kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Di sisi lain, perusahaan dengan *leverage* yang lebih rendah memiliki fleksibilitas keuangan yang lebih besar untuk mendanai program *Corporate Social Responsibility*, karena beban utang yang lebih ringan memungkinkan mereka untuk mengalokasikan dana secara lebih bebas. *Leverage* yang tinggi bisa membatasi ruang gerak perusahaan dalam menyeimbangkan kepentingan keuntungan, tanggung jawab sosial, dan perlindungan lingkungan.

Menurut Irham Fahmi (2016) *firm value* adalah rasio nilai pasar yang menggambarkan suatu kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberikan pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang. *Firm value* yang tinggi pasti menjadi keinginan setiap para pemilik perusahaan, karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan bahwa kemakmuran terhadap apa yang akan diterima oleh pemilik perusahaan. *Firm Value* atau nilai perusahaan menjadi salah satu ukuran penting yang mencerminkan kesehatan keuangan dan prospek masa depan perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja yang baik dan dapat mempengaruhi persepsi investor serta meningkatkan daya tarik perusahaan di pasar.

Firm Value berfungsi sebagai tolok ukur penting bagi investor dalam menilai prospek perusahaan. Perusahaan yang memiliki nilai tinggi dianggap memiliki potensi lebih baik untuk berkembang di masa depan. Nilai perusahaan tidak hanya bergantung pada kinerja keuangan, tetapi juga pada bagaimana

perusahaan mampu menjalankan tanggung jawab sosialnya. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* yang baik dapat memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan *Firm Value* karena *Corporate Social Responsibility* menciptakan citra positif, meningkatkan kepercayaan, serta memperkuat loyalitas pelanggan dan investor. Selain itu, *Corporate Social Responsibility* yang konsisten menunjukkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan, yang sangat dihargai oleh investor yang semakin peduli dengan aspek sosial dan lingkungan.

Corporate Governance juga menentukan bagaimana perusahaan mengelola aktivitas *Corporate Social Responsibility*. *Corporate Governance* yang baik memastikan bahwa perusahaan dikelola dengan cara yang transparan, bertanggung jawab, dan sesuai dengan hukum, sehingga mendukung pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* yang efektif. Tata kelola perusahaan yang kuat membantu memastikan bahwa keputusan-keputusan mengenai *Corporate Social Responsibility* dibuat dengan mempertimbangkan kepentingan semua pemangku kepentingan, termasuk masyarakat, lingkungan, dan pemegang saham.

Menurut Effendi dalam Suciwati *et al.*, (2021) mengartikan bahwa *Good Corporate Governance* adalah sistem yang dapat mengendalikan dan mengarahkan perusahaan menjadi lebih baik lagi agar dapat memberikan nilai tambah bagi seluruh stakeholder atau pemangku kepentingan. Maka dari itu *Corporate Governance* diharapkan dapat meningkatkan perkembangan cara kerja manajemen yang terorganisir, jelas, dan kompeten. Karena *Good Corporate Governance* menggambarkan bagaimana corporate dapat memberikan jaminan

kepada pemegang saham perusahaan dalam pengembalian investasi, maka dari itu pengelolaan atau manajemen perusahaan yang baik itu sangat dibutuhkan untuk kesejahteraan perusahaan maupun pemangku kepentingan lainnya.

Penerapan Corporate Governance merupakan peluang besar bagi perusahaan untuk menarik kepercayaan investor. Maka dari itu jika perusahaan telah mengimplementasikan Corporate Governance dengan baik dan benar maka dapat dipastikan bahwa kinerja keuangan perusahaan tersebut akan mengalami peningkatan (Hamdani dalam Suciwati et al., 2021).

Dalam penelitian ini *Leverage, Firm Value* dan *Corporate Governance* menjadi variabel penting yang diprediksi memiliki pengaruh signifikan terhadap pelaksanaan Corporate Social Responsibility.

Penelitian oleh Rindiyawati & Arifin (2019) dan Yovana & Kadir (2020), menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility. Namun, penelitian oleh M. F. Firdausi & Mayangsari (2022) menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak memberikan pengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility, sehingga hasil ini menunjukkan adanya inkonsistensi. Kemudian Yovana & Kadir (2020) yang menunjukkan pengaruh negatif signifikan, sementara penelitian oleh Purba & Candradewi (2019) menemukan pengaruh positif signifikan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Tua (2021), menunjukkan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility

Penelitian Nugroho (2015) dan Zahara Rizki Setiawan & Muljono (2021) menunjukkan bahwa mekanisme corporate governance, seperti

kepemilikan institusional atau dewan komisaris, dapat memoderasi atau mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hal ini akan menjadi kesenjangan penelitian/*research gap* dari penelitian ini, sehingga menarik untuk dilakukan penelitian lebih lanjut dalam mengisi *research gap* tersebut. Peneliti ingin meneliti dengan menggunakan tiga variabel independen seperti *leverage*, *firm value*, dan *corporate governance*, yang tidak digunakan dalam satu penelitian terdahulu. Meskipun variabel dependen yang digunakan tetap sama, yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, fokus penelitian ini pada sektor industri barang konsumsi (*consumer goods*) memberikan kontribusi yang relevan, mengingat sektor ini memiliki keterkaitan erat dengan praktik *Corporate Social Responsibility* dalam operasionalnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Leverage*, *Firm Value*, dan *Corporate Governance* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan *Consumer Goods* Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2019-2023”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI periode 2019-2023 ?
2. Bagaimana Pengaruh *Firm Value* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI periode 2019-2023?

3. Bagaimana pengaruh *Corporate Governance* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI periode 2019-2023?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menguji pengaruh *Leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.
2. Menguji pengaruh *Firm Value* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI periode 2019- 2023.
3. Menilai pengaruh *Corporate Governance* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di BEI periode 2019- 2023.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan tambahan bagi pihak-pihak yang terakait dan juga penulis sendiri. Adapun manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini adalah:

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dilakukan untuk memperkaya literatur dan menambah pengetahuan terkait pengaruh *Leverage*, *Firm Value* dan *Corporate Governance* terhadap *Corporate Social Responsibility*.

b. Manfaat Praktis

Penelitian dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Andalas.

c. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi dalam membuat penelitian selanjutnya yang sejenis.

1.5 Sistematika Penulisan

Pada bab ini dijelaskan latar belakang masalah mengenai penelitian yang dilakukan serta rumusan, tujuan, manfaat dan sistematika penulisannya.

BAB I : Pendahuluan. Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah yang mendasari penelitian, rumusan masalah yang ingin dijawab, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II : Tinjauan Pustaka. Pada bab ini dijelaskan mengenai landasan teori tentang penelitian dan penelitian terdahulu yang mendukungnya.

BAB III : Metode Penelitian. Pada bab ini dijelaskan mengenai jenis, data, sumber data, teknik pengumpulan data, sampel populasi, dan variabel penelitian yang dilakukan.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan. Pada bab ini dijelaskan hasil dari penelitian Pengaruh *Leverage, Firm Value* dan *Corporate Governance* Terhadap *Corporate Social Responsibility*.

BAB V : Penutup. Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan, saran dan keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan.