

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini, perlu disadari bahwa tuntutan pada perusahaan semakin besar. Perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line* semata, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi *financial*-nya saja, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya (Wibisono, 2007:33) [1]. Hal tersebut terjadi karena tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan perusahaan di tengah lingkungan berpengaruh langsung dan tidak langsung terhadap lingkungan eksternal. Eksistensi perusahaan berpotensi besar mengubah lingkungan masyarakat, baik ke arah positif maupun negatif. Keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial dan lingkungan dapat diwujudkan dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (“**CSR**”).

Munculnya gagasan tentang *corporate social responsibility* (CSR) atau juga dikenal dengan *triple bottom line* (ekonomi, sosial, dan lingkungan) bukanlah gagasan baru dan hal tersebut telah diinisiasi sejak abad ke-19, yang ditandai dengan dimulainya dengan era revolusi industri. Tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*) semakin mendapatkan perhatian oleh kalangan dunia usaha. Di Indonesia, sejak era reformasi bergulir, masyarakat semakin kritis dan mampu melakukan kontrol sosial terhadap dunia usaha. Perubahan pada tingkat kesadaran masyarakat tersebut memunculkan kesadaran baru tentang pentingnya melaksanakan *corporate social responsibility* (Daniri, 2008) [2]. Menurut Utama (1997) [3], perkembangan CSR juga terkait dengan semakin parahnya kerusakan lingkungan yang terjadi di Indonesia maupun dunia, mulai dari penggundulan hutan, polusi udara dan air, hingga perubahan iklim.

Sejalan dengan perkembangan tersebut, Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (“**UUPT**”) di dalam Pasal 74 ayat (1) mewajibkan perseroan yang bidang usahanya di bidang atau terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan atau CSR. Dilanjutkan dalam ayat (2) bahwa, Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan, yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Dalam ayat (3), tidak dilaksanakannya kewajiban tersebut, maka akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

CSR/ *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (Untung, 2008:1) [4]. Keuntungan (*profit*) merupakan tujuan utama setiap perusahaan yang mana untuk mencapai tujuannya tersebut, perusahaan tidak lepas dari peran *people*, yaitu *stakeholders* sebagai investor, masyarakat, pesaing, pemerintah dan lingkungan itu sendiri.

Program CSR merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai sarana biaya (*cost centre*) melainkan sebagai sarana meraih keuntungan (*profit centre*). Program CSR juga merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Menurut Gray *et al.* (Sembiring, 2005) [5], tumbuhnya peran perusahaan di tengah masyarakat melahirkan kritik dan kekhawatiran karena menciptakan masalah sosial, polusi, sumber daya, limbah, mutu produk, tingkat *safety* produk, serta hak dan status tenaga kerja, sehingga sebagian besar perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia banyak yang sudah menerapkan CSR, karena mereka dituntut untuk bertanggung jawab, yaitu tidak hanya memaksimalkan laba perusahaan tetapi juga berkontribusi positif terhadap lingkungan sosial tempat mereka berdiri.

Ruang lingkup pengungkapan CSR dalam laporan keuangan perusahaan telah diatur di dalam Undang- Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007. Pada pasal 66 ayat (2) bagian C disebutkan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Di samping itu, khusus perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia juga terikat secara *mandatory* untuk melakukan pengungkapan CSR berdasarkan peraturan Bapepam LK.No.X.K.6. Meskipun secara *mandatory* telah ada peraturan yang mengatur pengimplementasian CSR, namun peraturan-peraturan tersebut tidak mengatur mengenai pelaporan program CSR dan tidak memberikan pedoman khusus mengenai bagaimana dan informasi apa saja yang harus dilaporkan oleh perusahaan mengenai pelaksanaan CSR. Itu akan mengakibatkan terjadinya perbedaan pelaporan antara satu perusahaan dengan perusahaan lain sehingga menyulitkan pembaca laporan tahunan untuk melakukan evaluasi.

Pada praktek di dunia internasional, instrumen pengungkapan CSR diukur dengan proksi CSRDI (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*) berdasarkan GRI (*Global Reporting Initiatives*). Berdasarkan pemutakhiran data terakhir pada tanggal 01 Juli 2018 di <https://www.globalreporting.org>, [6] GRI *Standard* telah menyusun indikator yang terdiri dari 3 (tiga) fokus pengungkapan,

yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial sebagai dasar *sustainability reporting*, yang diuraikan menjadi 77 item indikator.

Tabel 1.1 Praktik Ruang Lingkup Pengungkapan CSR Perusahaan Manufaktur 2015-2018

Kode Perusahaan	Tahun	Total Σ item pengungkapan CSR berdasarkan GRI			Total	Persentase Pengungkapan CSR	Kesimpulan
		Ekonomi	Lingkungan	Sosial			
ICBP	2015	2	12	16	30	38,96%	ruang lingkup pengungkapan CSR baik
	2016	2	11	16	29	37,66%	ruang lingkup pengungkapan CSR baik
	2017	2	12	16	30	38,96%	ruang lingkup pengungkapan CSR baik
	2018	2	12	18	32	41,56%	ruang lingkup pengungkapan CSR baik
	Rata-rata				30,25	39,29%	
INDF	2015	2	12	11	25	32,47%	ruang lingkup pengungkapan CSR baik
	2016	2	12	11	25	32,47%	ruang lingkup pengungkapan CSR baik
	2017	2	14	13	29	37,66%	ruang lingkup pengungkapan CSR baik
	2018	2	14	12	28	36,36%	ruang lingkup pengungkapan CSR baik
	Rata-rata				26,75	34,74%	
MLBI	2015	0	12	10	22	28,57%	ruang lingkup pengungkapan CSR cukup
	2016	0	10	10	20	25,97%	ruang lingkup pengungkapan CSR cukup
	2017	0	10	10	20	25,97%	ruang lingkup pengungkapan CSR cukup
	2018	0	10	10	20	25,97%	ruang lingkup pengungkapan CSR cukup
	Rata-rata				20,5	26,62%	
ULTJ	2015	0	5	6	11	14,29%	ruang lingkup pengungkapan CSR kurang
	2016	0	5	6	11	14,29%	ruang lingkup pengungkapan CSR kurang
	2017	0	5	6	11	14,29%	ruang lingkup pengungkapan CSR cukup
	2018	0	5	6	11	14,29%	ruang lingkup pengungkapan CSR cukup
	Rata-rata				11	14,29%	

Keterangan :	
< 20%	kurang
20%-30%	cukup
30%-50%	baik
> 50%	sangat baik

Sumber : Diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa selama periode 2015-2018, Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) memiliki total pengungkapan CSR sebanyak 30,25 atau sebesar 39%, Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) sebanyak 26,74 atau sebesar 34,74%, Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI) sebanyak 20,5 atau sebesar 26,62% dan Ultra Jaya Milk Industry and Trading Company (ULTJ) sebanyak 11 atau sebesar 14,29%. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa ICBP dan INDF memiliki ruang lingkup pengungkapan CSR yang cukup luas dengan kategori baik dengan total item 32,29 dan 34,74 dari total keseluruhan item berjumlah 77 item, sedangkan MLBI memiliki ruang lingkup pengungkapan CSR cukup, dengan total item 20,5. Namun, untuk ULTJ, memiliki

ruang lingkup pengungkapan CSR yang masih kurang, dengan total item hanya 11.

Sampai saat ini telah banyak dilakukan penelitian mengenai pengungkapan CSR. Namun dari berbagai penelitian tersebut banyak ditemui hasil penelitian yang berbeda satu sama lain. Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial di Indonesia memunculkan hasil yang beragam dan menarik untuk dikaji lebih dalam. Pada penelitian ini, akan dipusatkan pada penelitian perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, karena perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan CSR pada laporan keuangan sebagaimana yang diamanatkan oleh UUPT dan peraturan bursa terkait. Namun demikian, cakupan luas pengungkapan CSR adalah berbeda antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya.

Pengungkapan CSR sangat dipengaruhi oleh beberapa variabel seperti profitabilitas, ukuran perusahaan dan kinerja lingkungan perusahaan. Profitabilitas sendiri berpengaruh positif pada pengungkapan CSR (Fitri Kurniasari, 2018) [7]. Sementara itu, teori legitimasi memberikan kewajiban *mandatory* yaitu pengungkapan CSR yang wajib untuk dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang berdampak signifikan pada lingkungan berdasarkan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Perusahaan Manufaktur merupakan salah satu diantara yang wajib melakukan pengungkapan CSR tersebut. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga mampu meningkatkan nilai pemegang saham perusahaan. Putri dan Christiawan (2014:64) [8] mengatakan bahwa perusahaan yang mampu menghasilkan profit adalah perusahaan yang memiliki manajemen yang mengerti dan peduli terhadap lingkungan sosial. Purnasiwi (2011:13) [9] menyatakan bahwa jika profitabilitas tinggi, maka akan memberikan kesempatan yang lebih luas kepada manajemen dalam mengungkapkan dan melakukan program tanggung jawab sosialnya. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan CSR.

Dalam penelitian saya ini, akan difokuskan pada tingkat profitabilitas perusahaan yang diukur dengan ukuran *Return on Equity* (“**ROE**”) dari laporan keuangan perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2013:149) [10], pengertian ROE adalah rasio laba bersih terhadap ekuitas untuk mengukur tingkat pengembalian atas investasi pemegang saham biasa. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari pandangan pemegang saham.

Tabel 1.2 Profitabilitas Berdasarkan *Return on Equity* Perusahaan Manufaktur 2015-2018

Kode Perusahaan	Tahun	Earning After Tax (EAT)	Total Ekuitas	Return on Equity (ROE)
ICBP	2015	2.923.148.000.000	16.386.911.000.000	17,84%
	2016	3.631.301.000.000	18.500.823.000.000	19,63%
	2017	3.543.173.000.000	20.324.330.000.000	17,43%
	2018	4.658.781.000.000	22.707.150.000.000	20,52%
INDF	2015	3.709.501.000.000	43.121.593.000.000	8,60%
	2016	5.266.906.000.000	44.335.263.000.000	11,88%
	2017	5.027.264.000.000	47.102.766.000.000	10,67%
	2018	4.961.851.000.000	49.916.800.000.000	9,94%
MLBI	2015	496.909.000.000	766.480.000.000	64,83%
	2016	982.129.000.000	820.640.000.000	119,68%
	2017	1.322.067.000.000	1.064.905.000.000	124,15%
	2018	1.224.807.000.000	1.167.536.000.000	104,91%
ULTJ	2015	523.100.215.029	2.797.505.693.922	18,70%
	2016	709.825.635.742	3.471.467.000.000	20,45%
	2017	718.402.000.000	4.197.711.000.000	17,11%
	2018	701.607.000.000	4.774.956.000.000	14,69%

Sumber : Diolah oleh peneliti

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa ROE perusahaan ICBP mengalami peningkatan dari tahun 2015-2016, yaitu dari 17,84% menjadi 19,63%. Namun pada tahun 2017 mengalami penurunan menjadi 17,43% dan meningkat kembali pada tahun 2018 menjadi 20,52%. Sedangkan untuk perusahaan INDF pada tahun 2015 memiliki rasio ROE sebesar 8,60% dan mengalami kenaikan yang sangat signifikan pada tahun 2016 yaitu menjadi 11,88%. Pada tahun 2017 mengalami penurunan menjadi 10,67%, dan tahun 2018 kembali turun 9,94%.

Untuk perusahaan MLBI memiliki ROE sebesar 64,83% pada tahun 2015. Kemudian, perusahaan MLBI mengalami peningkatan yang sangat tajam pada tahun 2016 dan 2017 yaitu sebesar 119,68% dan 124,15%. Namun pada tahun 2018 perusahaan MLBI mengalami penurunan ROE menjadi 104,91%. Selanjutnya perusahaan ULTJ memiliki ROE sebesar 18,70% pada tahun 2015 dan mengalami peningkatan menjadi 20,45% di tahun 2016, lalu mengalami penurunan menjadi 17,11% di tahun 2017 dan kembali turun menjadi 14,69% pada tahun 2018.

Penelitian sebelumnya, menunjukkan adanya hubungan yang positif antara profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Yasmira Sari, Leny Suzan, dan Eddy Budiono, 2017 [11] dan Fitri Kurniasari, 2018 [7]). Namun, beberapa penelitian lainnya menunjukkan adanya hubungan yang tidak

signifikan antara profitabilitas dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Chelsya, 2018 [12] dan Zahrul Makarim Sulthony, 2019 [13]).

Selain daripada profitabilitas, ukuran perusahaan juga berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Esti Rofiqkoh dan Maswar Patuh Priyadi (2016) [14]. Ukuran perusahaan adalah suatu skala untuk mengklasifikasikan besar kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi luas pengungkapan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan besar memiliki aktivitas yang lebih banyak, sehingga menimbulkan dampak sosial lingkungan yang lebih besar pula dibandingkan dengan perusahaan kecil. Sembiring (2005:381) [5] menyatakan bahwa perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan dan perusahaan yang lebih besar dengan aktifitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan CSR akan semakin luas. Oleh karena itu ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam penelitian ini, variabel ukuran perusahaan akan disajikan dalam bentuk logaritma, karena nilai dan sebarannya besar dibandingkan variabel lain.

Tabel 1.3 Ukuran Perusahaan Manufaktur 2015-2018

Kode Perusahaan	Tahun	Total Aktiva	Ukuran Perusahaan
ICBP	2015	26.560.624.000.000	30,91
	2016	28.901.948.000.000	30,99
	2017	31.619.514.000.000	31,08
	2018	34.367.153.000.000	31,17
INDF	2015	91.831.526.000.000	32,15
	2016	82.174.515.000.000	32,04
	2017	87.939.488.000.000	32,11
	2018	96.537.796.000.000	32,20
MLBI	2015	2.100.853.000.000	28,37
	2016	2.275.038.000.000	28,45
	2017	2.510.078.000.000	28,55
	2018	2.889.501.000.000	28,69
ULTJ	2015	3.539.995.910.248	28,90
	2016	4.239.199.641.365	29,08
	2017	5.175.896.000.000	29,28
	2018	5.555.871.000.000	29,35

Sumber : Diolah oleh peneliti

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa hampir semua perusahaan mengalami peningkatan dalam ukuran perusahaannya. Namun, untuk perusahaan INDF mengalami penurunan pada tahun 2016, yang cukup signifikan. Beberapa penelitian yang berhasil membuktikan hubungan positif antara variabel ukuran perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial antara lain dilakukan oleh Esti Rofiqkoh dan Maswar Patuh Priyadi (2016) [14] dan Dirvi Surya Abbas, Mohamad Zulman Hakim, dan Nur Istianah (2019) [15]. Namun demikian, tidak semua penelitian mendukung hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Ada juga penelitian yang tidak berhasil menunjukkan hubungan positif antar kedua variabel tersebut, yaitu penelitian yang dilakukan oleh I Gusti Agung Arista Pradnyani dan Eka Ardhani Sisdyani (2015) [16] dan Chelsya (2018) [12].

Di samping itu, variabel lainnya adalah kinerja lingkungan. Kinerja lingkungan juga berpengaruh positif pada pengungkapan CSR (Triana Zuhrotun Aulia, 2017) [17]. Kinerja Lingkungan merupakan variabel yang dapat diukur melalui sistem manajemen lingkungan, sasaran lingkungan dan target lingkungan (Purwanto, 2011) [18]. Menurut Suratno et al. (2007:126) [19] dengan *discretionary disclosure* teorinya mengatakan pelaku lingkungan yang baik percaya bahwa dengan mengungkapkan *performance* mereka berarti menggambarkan *good news* bagi pelaku pasar. Oleh karena itu, perusahaan dengan *environmental performance* yang baik perlu mengungkapkan informasi kuantitas dan mutu lingkungan yang lebih baik dibandingkan perusahaan dengan *environmental performance* yang lebih buruk (Sudaryanto, 2011:203) [20]. Dalam hal ini, semakin baik kinerja lingkungan sebuah perusahaan, maka pengungkapan CSR pun akan semakin baik.

Dalam melakukan penilaian kinerja lingkungan, digunakan penggunaan warna sebagai bentuk perwujudan keberhasilan dalam mengelola kinerja lingkungan dalam perusahaan. Dalam penelitian ini, kinerja lingkungan diukur melalui PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup yang diinisiasi oleh Kementerian Negara Lingkungan Hidup, mulai dari warna terbaik, Emas, Hijau, Biru, Merah, sampai ke yang terburuk Hitam.

Tabel 1.4 Peringkat PROPER Perusahaan Manufaktur 2015-2018

Kode Perusahaan	Tahun	Peringkat berdasarkan PROPER	Total Poin	Keterangan
ICBP	2015	Biru	3	Baik
	2016	Biru	3	Baik
	2017	Biru	3	Baik
	2018	Biru	3	Baik
INDF	2015	Biru	3	Baik
	2016	Biru	3	Baik
	2017	Merah	2	Buruk
	2018	Biru	3	Baik
MLBI	2015	Biru	3	Baik
	2016	Biru	3	Baik
	2017	Hijau	4	Sangat Baik
	2018	Hijau	4	Sangat Baik
ULTJ	2015	Biru	3	Baik
	2016	Biru	3	Baik
	2017	Biru	3	Baik
	2018	Biru	3	Baik

Sumber : Diolah oleh peneliti

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa perusahaan ICBP dan UL TJ mendapat peringkat biru secara konsisten dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2018. Sedangkan perusahaan INDF, juga mendapat peringkat biru, kecuali pada tahun 2017 sempat mengalami penurunan kinerja menjadi peringkat merah. Sedangkan untuk perusahaan MLBI, mendapat peringkat biru untuk tahun 2015 dan 2016, kemudian naik menjadi peringkat hijau pada tahun 2017 dan 2018. Penelitian yang dilakukan oleh Triana Zuhrotun Aulia (2017) [17] dan Tri Suci Indah Sari, Willy Sri Yuliandari dan Annisa Nurbaiti (2017) [21] menunjukkan adanya hubungan yang positif antara kinerja lingkungan perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Oktalia (2014) [22], dimana terungkap bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil penelitian yang berbeda-beda tersebut merupakan fenomena yang sangat menarik penulis untuk melakukan pengujian ulang. Hal ini dikarenakan perusahaan manufaktur penting untuk dilakukan pengungkapan CSR secara menyeluruh karena eksistensinya berdampak besar terhadap kerusakan dan pencemaran lingkungan dan oleh karenanya, perusahaan manufaktur masuk dalam kategori sektor usaha yang wajib mengimplementasikan pengungkapan CSR. Dengan dasar itu, maka penting untuk mengetahui keterkaitan antara faktor tingkat

profitabilitas, ukuran perusahaan dan kinerja lingkungan terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan manufaktur tersebut sehingga dapat dijadikan pedoman bagi pemerintah dalam menyisir perusahaan-perusahaan yang perlu untuk diberikan himbauan atas pengungkapan CSR secara menyeluruh.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, penulis ingin melakukan penelitian tentang pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan kinerja lingkungan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan pilihan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sebagai sampel karena selain daripada kewajiban pengungkapan CSR sebagaimana yang diamanatkan oleh undang-undang, perusahaan manufaktur memiliki *market capitalize* yang berarti harga saham perusahaan tersebut cukup tinggi. Pencapaian tersebut disebabkan banyak calon investor, kreditur, dan pemasok tertarik menjalin kerjasama dengan perusahaan manufaktur.

Di samping itu, alasan utama lainnya adalah sebagaimana kita ketahui bersama bahwa industri barang konsumsi merupakan kebutuhan primer daripada penduduk Indonesia dan oleh karenanya tingkat perputaran barangnya dapat dikatakan termasuk yang paling tinggi dan menyumbang tingkat penjualan yang cukup besar dibandingkan yang lainnya. Selain itu, untuk industri barang konsumsi ini masuk dalam kategori barang musiman, dalam artian bahwa pada saat-saat tertentu seperti hari raya, barang konsumsi tersebut akan mengalami lonjakan penjualan yang sangat tajam karena kebutuhan atas barang tersebut yang tinggi. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul **“Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kinerja Lingkungan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*/CSR (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015 -2018)”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada masalah penelitian diatas, maka identifikasi permasalahan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ruang lingkup pengungkapan CSR perusahaan yang tidak konsisten setiap tahunnya. Perusahaan ICBP dan perusahaan INDF memiliki ruang lingkup pengungkapan yang baik pada angka 30,25 atau sebesar 39,29% dan angka 26,75 atau sebesar 34,74%. Penerapan CSR paling buruk pada perusahaan ULTJ yaitu angka 11 atau sebesar 14,29%.

2. Tingkat profitabilitas cenderung tidak stabil pada setiap tahunnya. Ada saatnya mengalami kenaikan dan ada saatnya mengalami penurunan. Namun, kenaikan profitabilitas paling signifikan terjadi pada perusahaan MLBI pada tahun 2016, kenaikan sebesar 54,85%/
3. Ukuran perusahaan yang terlihat dari total aset digambarkan mengalami peningkatan pada perusahaan ICBP, perusahaan INDF, perusahaan MLBI dan perusahaan ULTJ. Namun, pada tahun 2016, perusahaan INDF mengalami penurunan total aset cukup signifikan.
4. Kinerja Lingkungan perusahaan-perusahaan cukup baik dengan peringkat biru. Namun, perusahaan INDF sempat mengalami penurunan peringkat menjadi merah pada tahun 2017. Sedangkan, MLBI mengalami kenaikan peringkat menjadi hijau pada tahun 2017 dan 2018.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan pada masalah penelitian diatas, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Profitabilitas, ukuran perusahaan dan kinerja lingkungan merupakan variabel independen sedangkan pengungkapan CSR merupakan variabel dependen dalam penelitian ini.
2. Penelitian ini difokuskan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang konsisten menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) periode 2015-2018.
3. Penelitian ini difokuskan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang turut berpartisipasi secara konsisten dalam PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup) periode 2015-2018.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan permasalahan dari penelitian ini akan dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh tingkat profitabilitas, ukuran perusahaan dan kinerja lingkungan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018 secara simultan?
2. Apakah terdapat pengaruh tingkat profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018 secara parsial?

3. Apakah terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018 secara parsial?
4. Apakah terdapat pengaruh kinerja lingkungan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018 secara parsial?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada masalah penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengkaji pengaruh tingkat profitabilitas, ukuran perusahaan dan kinerja lingkungan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018 secara simultan.
2. Untuk mengkaji pengaruh tingkat profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018 secara parsial.
3. Untuk mengkaji pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018 secara parsial.
4. Untuk mengkaji pengaruh tingkat kinerja lingkungan perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018 secara parsial.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah menjadi tambahan referensi dan memberikan gambaran mengenai pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan kinerja lingkungan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan termasuk perusahaan didalamnya baik perusahaan besar maupun kecil dalam kebutuhan pengungkapan CSR dalam menjalankan bisnisnya. Termasuk bagi pemerintah, dalam menentukan target perusahaan

yang akan diberikan himbauan untuk menjalankan pengungkapan CSR secara menyeluruh.