

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Sektor Industri Barang Konsumsi merupakan sektor Penyumbang utama pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sektor industri barang konsumsi merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan penting dalam memicu pertumbuhan ekonomi Negara. Sektor industri barang konsumsi sangat di butuhkan karena semakin meningkatnya kebutuhan hidup masyarakat Indonesia.

Perusahaan makanan dan minuman merupakan salah satu kategori sektor industri di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang mempunyai peluang untuk tumbuh dan berkembang. Industri makanan dan minuman diprediksi akan membaik kondisinya. Hal ini terlihat semakin menjamurnya industri makanan dan minuman di negara ini khususnya semenjak memasuki krisis berkepanjangan. Kondisi ini membuat persaingan semakin ketat sehingga para manajer perusahaan berlomba lomba mencari investor untuk menginvestasikan dananya di perusahaan makanan dan minuman tersebut.

Perusahaan makanan dan minuman merupakan tipe usaha yang mudah untuk dimasuki, oleh karena itu menyebabkan tingginya tingkat persaingan. Menurut Ketua Umum Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman seluruh Indonesia Adhi S. Lukman, mengatakan kalau konsumen Indonesia lebih mudah dikenal dan terbuka untuk mencoba produk-produk baru.

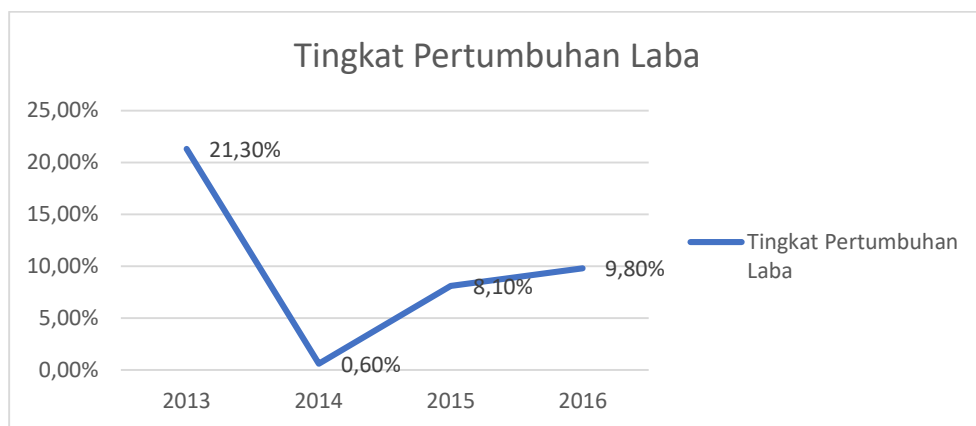
Dengan persaingan yang ketat, dari perusahaan perlu untuk menarik minat investor untuk melakukan investasi di perusahaan agar bisa menambah modal untuk mengembangkan kegiatan operasional perusahaan. Untuk mengukur kinerja perusahaan secara fundamental, investor bisa melihat dari kinerja keuangan perusahaan yang menggambarkan laba operasi dan laba bersih serta rasio keuangan lainnya yang menjadi tolak ukur untuk melihat kekuatan manajemen dalam mengelola (<http://www.gapmmi.or.id>).

Dari data yang diolah oleh penulis, terjadi fluktuasi pada pertumbuhan rata-rata laba perusahaan makanan dan minuman dengan data sebagai berikut:

Tabel 1.2 Pertumbuhan Laba Rata-rata Perusahaan Makanan dan Minuman

	Tingkat Pertumbuhan Laba
2012-2013	21.3%
2013-2014	0.6%
2014-2015	8.1 %
2015-2016	9.8%

Sumber: idx.com (data diolah)



Berdasarkan data yang berasal dari tabel 1.2 diatas bisa digambarkan melalui grafik berikut ini:

Berdasarkan grafik diatas terlihat bahwa pertumbuhan laba perusahaan makanan dan minuman mengalami fluktuasi. Pada tahun 2012 – 2013 terdapat pertumbuhan laba sebesar 21.30%. Pada tahun 2013 – 2014 mengalami penurunan 0.6%. Namun pada tahun 2014 – 2015 mengalami kenaikan sebanyak 8.10%. Di tahun 2015 – 2016 juga mengalami kenaikan sebanyak 9.8%.

Dari data tersebut bisa dilihat bahwa perusahaan makanan dan minuman mengalami penurunan laba. Ada banyak faktor yang bisa mempengaruhi menurunnya kondisi keuangan perusahaan, baik dalam segi eksternal maupun internal. Menurut Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI) ada beberapa tantangan bagi industri makanan dan minuman seperti: kebijakan energi nasional, keterbatasan infrastruktur, tingginya harga bahan baku dan kemasan, belum sinerginya peraturan perpajakan dan retribusi dan masih

tingginya suku bunga kredit / pinjaman di Indonesia (<http://www.gapmmi.or.id>). Dari sisi internal, bisa disebabkan karena adanya efektif dan efisiensi strategi yang ditetapkan oleh perusahaan. Namun walaupun mengalami penurunan laba, perusahaan makanan dan minuman memiliki prospek yang baik ke depannya dan memiliki potensi industri yang begitu besar antara perusahaannya. Apalagi memasuki pasar bebas bisa mengundang investor asing yang bisa mengembangkan biaya operasional perusahaan (<http://www.ift.co.id>). Agar tetap bisa bertahan di tingkat persaingan yang ketat, perusahaan makanan dan minuman harus bisa menarik para investor dengan memberikan informasi keuangan yang baik.

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia menyebutkan bahwa kinerja industri makanan dan minuman tahun 2016 terus menunjukkan kinerja positif dengan tumbuh mencapai 9,82 persen atau sebesar Rp192,69 triliun pada triwulan III 2016. Pertumbuhan industri ini didorong kecenderungan masyarakat khususnya kelas menengah ke atas yang mengutamakan konsumsi produk-produk makanan dan minuman yang higienis dan alami. Industri makanan dan minuman juga mempunyai peranan penting dalam pembangunan sektor industri. Kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) industri non migas merupakan yang terbesar dibandingkan subsektor lainnya yang mencapai 33,6 persen pada triwulan III tahun 2016. Dengan pertumbuhan 9,82 persen, sektor ini menopang sebagian besar pertumbuhan industri non migas dengan pertumbuhan mencapai 4,71 persen dan ada 3 sub sektor industri non migas yang memberikan kontribusi terhadap PDB yaitu industri barang logam, komputer, barang elektronik, optik dan peralatan listrik sebesar 10,68 persen, industri alat angkutan 10,35 persen serta industri kimia, farmasi, dan obat tradisional 10,05 persen. (kemenperin.go.id).

Periode penelitian ditetapkan pada tahun 2013-2016 dalam penelitian ini tahun penelitian sampai dengan tahun 2016 agar peneliti dapat mengetahui bagaimana keadaan perusahaan sampai dengan tahun penerbitan perusahaan yang terdaftar di BEI. sehingga periode penelitian ditetapkan pada tahun 2013-2016.

1.2. Latar Belakang Penelitian

Menurut Sujarweni Wiratna (2017:64) Profitabilitas digunakan untuk mengukur tingkat imbalan atau perolehan (keuntungan) dibanding penjualan atau aktiva. Mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungan dengan penjualan, aktiva maupun laba dan modal sendiri. Profitabilitas perusahaan sangatlah penting karena untuk dapat melangsungkan kegiatan operasionalnya, suatu perusahaan harus selalu berada dalam keadaan menguntungkan agar dapat menarik modal dari luar. Jika perusahaan ingin tetap bertahan, maka perusahaan tentunya harus menghasilkan laba guna membiayai kegiatan operasionalnya karena pada umumnya perusahaan tidak akan dapat bertahan tanpa adanya kemampuan menghasilkan laba. Dalam penelitian rasio profitabilitas yang digunakan adalah ROA. Hasil pengembalian atas aset (*Return on Assets*) Merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih, dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Semakin tinggi hasil pengembalian atas aset berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas aset berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan. Rasio ini yang sering menjadi perhatian dan fokus utama dari para investor atau pemegang saham adalah laba bersih perusahaan. Karena sebelum memutuskan untuk melakukan investasi mereka harus mengevaluasi kemampuan perusahaan tersebut memperoleh laba saat ini atau pada masa yang akan datang. Untuk menganalisa profitabilitas perusahaan, maka diperlukan rasio profitabilitas yang pada hakekatnya penggunaan suatu alat-alat analisa keuangan tergantung pada kebutuhan dan keperluan penggunaanya.

Fenomena Profitabilitas terjadi pada PT Indofood tahun 2015, bahwa ekonomi memburuk laba perusahaan makanan menurun 37.2 % dari tahun 2014. Presiden direktur PT Indofood Anthoni Salim mengatakan karena pergerakan ekonomi yang sangat lambat dan dampak dari melemahnya nilai tukar dolar Amerika Serikat mempengaruhi kinerja perusahaan, PT Indofood hanya sanggup meraup laba

sebesar Rp 870,08 miliar. Jumlah itu lebih rendah 37,2 persen di periode yang sama, yaitu sebesar Rp1,38 triliun. Dari laporan keuangan yang telah diumumkan laba per saham pun turun menjadi Rp 20 dari sebelumnya Rp 25. (www.tempo.co.id).

Fenomena lain terjadi pada PT Tri Banyan Tirta Tbk, Laporan keuangan PT Tri Banyan Tirta Tbk atau ALTO per September 2015 yang diumumkan, Senin (23/11). Pada Januari-September 2015, ALTO menderita rugi Rp24,34 miliar. Kerugian tersebut, terutama karena dipicu oleh merosotnya penjualan ALTO sebesar 22,38% menjadi Rp201,67 miliar, dari Rp259,85 miliar pada periode yang sama 2014. di saat penjualan turun, manajemen ALTO berhasil menekan beban pokok penjualan hingga berkurang 22,45% menjadi Rp127,74 miliar, dari Rp164,72 miliar per September 2014. Akan tetapi, penurunan beban pokok itu tidak otomatis mendongkrak laba perusahaan air minum dalam kemasan tersebut pada sembilan bulan pertama 2015. laba kotor emiten beraset Rp1,188 triliun per September 2015 itu justru terpengkas sebesar 22,27% dari Rp95,13 miliar per September 2014. Penurunan utang terjadi pada tahun 2013-2014 diukur dengan menggunakan DER (*Debt to Equity Ratio*) dari 1.83% menjadi 1.33 %, dan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. (pasardana.id)

Banyak faktor yang dirasa berpengaruh terhadap profitabilitas diantaranya *Corporate Social Responsibility*, *Leverage*, dan ukuran perusahaan. Variable tersebut memang sudah banyak diambil dalam beberapa penelitian dan belum adanya konsistensi.

Menurut Untung (2014:17), dalam prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja, tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom line*, yaitu keuangan, sosial, dan lingkungan. Hal ini diperlukan agar suatu perusahaan dapat terus tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan hidup di Indonesia sudah mulai berkembang. Hal ini ditunjukkan dengan adanya peraturan yang mengatur hal tersebut dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Pasal 74 Tahun 2007. Undang-Undang ini mengatur perusahaan-perusahaan yang melakukan kegiatan di bidang atau yang

berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Agar dapat berkesinambungan perusahaan perlu mempertimbangkan lingkungan sosialnya dalam melakukan pengambilan keputusan.

Corporate Social Responsibility atau CSR merupakan gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggung jawab dalam hal keuangannya saja, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan (Akbar, 2016). Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* dapat bermanfaat untuk menjaga hubungan agar semakin kuat antar perusahaan dan lingkungannya karena semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, maka image perusahaan menjadi meningkat.

Upaya perusahaan dalam melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* dapat dikaitkan pada kinerja perusahaan, karena ada biaya yang dikeluarkan dalam melakukan kegiatan tersebut. Sebagaimana dikemukakan oleh Ahmed et al (2012), *Corporate Social Responsibility* memiliki keterkaitan dengan kinerja keuangan di negara-negara berkembang walaupun membutuhkan waktu yang lama untuk melihat keterkaitan yang signifikan tersebut.

Corporate Social Responsibility dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan, dimana dengan melakukan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan sehingga reputasi perusahaan juga meningkat dimata masyarakat. Jadi, masyarakat akan berkeinginan untuk membeli produk perusahaan. Semakin laku produk perusahaan di pasaran maka laba (profit) yang dapat dihasilkan perusahaan akan semakin meningkat. Dengan meningkatnya profit akan dapat menarik investor, karena profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya (Kusumadilaga (2010). Penelitian yang dilakukan Eva Sriviana (2013) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Tetapi hasil yang sebaliknya dikemukakan pada penelitian Alyssa (2016) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.

Leverage digunakan mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajibannya baik jangka pendek maupun jangka panjang. (Sujarweni Wiratna, 2017: 60). Dalam bahasa lebih mendasar, *leverage* adalah sejauh mana kita menggunakan utang sebagai sumber dana dibandingkan dengan menggunakan dana milik sendiri atau modal sendiri. Pada penelitian ini *leverage* dihitung menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) yaitu membandingkan jumlah Hutang terhadap ekuitas. Rasio ini sering digunakan para analis dan para investor untuk melihat seberapa besar hutang perusahaan jika dibandingkan ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan atau para pemegang saham. Semakin tinggi angka DER maka diasumsika perusahaan memiliki resiko yang semakin tinggi terhadap likuiditas perusahaannya. Penelitian yang dilakukan Ratnasari (2016) menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Tetapi hasil yang dikemukakan pada penelitian Putri (2015) yang menyatakan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.

Ukuran Perusahaan Menurut Fahmi (2012:2), semakin baik kualitas laporan keuangan yang disajikan maka akan semakin menyakinkan pihak eksternal dalam melihat kinerja keuangan perusahaan tersebut, yang otomatis tentunya pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan akan merasa puas dalam berbagai urusan dengan perusahaan.

Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka kecenderungan menggunakan modal asing juga semakin besar. Hal ini disebabkan karena perusahaan besar membutuhkan dana yang besar pula untuk menunjang operasionalnya, dan salah satu alternatif pemenuhannya adalah dengan modal asing apabila modal sendiri tidak mencukupi (Halim, 2007:42). Kriteria yang pasti mengenai ukuran suatu perusahaan dalam *teori critical resources*, digunakan rumus $Firm\ Size = Ln\ Total\ Asset$. Penelitian yang dilakukan Putri (2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Tetapi hasil yang dikemukakan pada penelitian Sriviana (2013) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.

Penelitian ini berfokus pada pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility, leverage* dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan, karena adanya keterikatan yang cukup kuat antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility, leverage*, dan ukuran perusahaan dengan perusahaan. Berdasarkan teori dan fenomena yang telah diungkapkan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, LEVERAGE DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN” (studi kasus pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016)”**

1.3. Rumusan Masalah

Fenomena di sektor makanan dan minuman yang mempengaruhi profitabilitas suatu perusahaan. Dimana laba perusahaan merupakan indikator kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya seperti fenomena PT Indofood tahun 2015 memiliki laba perusahaan yang menurun sebanyak 37.2 % sebesar Rp. 870.08 miliar dari tahun sebelumnya. Dan di tahun yang sama PT Tri Banyan Tirta mengalami kerugian sebesar Rp. 24.345 miliar dikarenakan merosotnya penjualan sebesar 22.38%.

Adanya fenomena di sektor makanan dan minuman yang menjadi salah satu sektor yang menyumbangkan kontribusi terbesar terhadap perekonomian Indonesia oleh karena itu dalam penelitian ini akan dibuktikan dengan mengikut sertakan faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi profitabilitas seperti pengungkapan *corporate social responsibility, leverage* dan ukuran perusahaan.

1.4. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dibahas sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *corporate social responsibility, leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada BEI tahun 2013 – 2016?

2. Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara *corporate social responsibility*, *leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada BEI tahun 2013 – 2016?
3. Apakah terdapat pengaruh secara parsial *corporate social responsibility* terhadap perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada BEI tahun 2013 – 2016?
4. Apakah terdapat pengaruh secara parsial *Leverage* terhadap perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada BEI tahun 2013 – 2016?
5. Apakah terdapat pengaruh secara parsial ukuran perusahaan terhadap perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada BEI tahun 2013 – 2016?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dibahas sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan *corporate social responsibility*, *leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada BEI tahun 2013 – 2016.
2. Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility*, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas secara simultan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada BEI tahun 2013 – 2016.
3. Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* secara parsial terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada BEI tahun 2013 – 2016.
4. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* secara parsial terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada BEI tahun 2013– 2016.
5. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan secara parsial terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada BEI tahun 2013 – 2016.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Aspek Teoritis

Kegunaan teoritis yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini, antara lain:

Dengan adanya penelitian ini diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna sebagai referensi dan pedoman pustaka untuk penelitian selanjutnya.

1.6.2. Aspek Praktis

Kegunaan praktis yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini, antara lain:

1. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat membantu investor sebagai masukan dalam melakukan penilaian dan pengukuran yang lebih baik atas laporan keuangan perusahaan, yang pada akhirnya dapat memberikan sumbangan informasi bagi pihak investor untuk mengambil keputusan dalam melakukan investasi.

2. Bagi Manajemen Perusahaan

Dengan penelitian ini semoga dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam menyajikan laporan keuangan yang sesuai dengan keadaan perusahaan tanpa ada tambahan unsur kepentingan perusahaan sehingga laporan keuangan dapat memberikan informasi yang bermanfaat sesuai dengan fungsinya.

1.7. Ruang Lingkup Penelitian

1.7.1. Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan satu variabel terikat (variabel dependen) dan tiga variabel bebas (variabel independen). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah profitabilitas. Dalam penelitian ini variabel independen yang mungkin mempengaruhi perataan laba antara lain adalah *corporate social responsibility*, *leverage* dan ukuran perusahaan. Penelitian ini akan

mengkaji pengaruh baik secara simultan maupun parsial faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi profitabilitas.

1.7.2. Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan *website* resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan objek penelitian yang digunakan adalah perusahaan sektor makanan dan minuman. Data penelitian ini diambil dari laporan tahunan yang diperoleh peneliti dari *website* resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan juga *website* resmi perusahaan yang bersangkutan.

1.7.3. Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan September 2017 sampai dengan bulan Desember 2017. Periode penelitian ini menggunakan laporan tahunan perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2013 – 2016.

1.8. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Pembahasan dalam skripsi ini akan dibagi dalam lima bab yang saling terkait, sehingga pada akhirnya dapat ditarik kesimpulan atas permasalahan yang diangkat, yang terdiri dari beberapa sub – bab. Secara garis besar, sistematika penulisan penelitian ini terbagi menjadi:

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang landasan teori yang menjadi dasar acuan, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian yang digunakan, identifikasi variabel independen (*corporate social responsibility*, *leverage* dan ukuran perusahaan) dan variabel independen (profitabilitas), definisi operasional variabel, tahapan

penelitian, jenis dan sumber data (populasi dan sampel) serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang deskripsi hasil penelitian yang telah diidentifikasi, analisis model dan hipotesis, dan pembahasan mengenai variabel independen (*corporate social responsibility*, *leverage*, dan ukuran perusahaan) terhadap variabel dependen (profitabilitas).

BAB V KESIMPULAN

Bab ini membahas tentang beberapa kesimpulan dari hasil analisis yang telah dilakukan, dan saran – saran yang dapat menjadi pertimbangan dalam pengembangan penelitian selanjutnya.