

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian yang semakin pesat merupakan suatu tantangan sekaligus peluang bagi perusahaan untuk selalu melakukan penyesuaian terutama dalam hal kebijakan agar perusahaan dapat menjawab tantangan, peluang dan dapat bersaing dalam dunia perindustrian. Menghadapi persaingan tersebut perusahaan dituntut untuk mempunyai keunggulan bersaing baik dalam hal produk yang dihasilkan, sumber daya manusia, maupun teknologi yang digunakan. Namun untuk memiliki keunggulan itu semua, perusahaan membutuhkan dana yang semakin besar, serta terus berupaya meningkatkan profit perusahaan¹.

Adanya keselarasan antara keuntungan yang diperoleh perusahaan dengan pemberian kontribusi secara langsung kepada masyarakat dan lingkungannya merupakan mekanisme *check* dan *balance* antara pihak perusahaan dengan pihak masyarakat². Akan tetapi, tanpa disadari aktivitas perusahaan sering menimbulkan berbagai persoalan sosial dan lingkungan, seperti menimbulkan polusi udara, kebisingan, diskriminasi dan bentuk negatif lainnya. Berdasarkan hal tersebut, muncul kebutuhan bagi perusahaan untuk dapat berinteraksi dan beradaptasi dengan komunitas lokal agar mendapatkan kepercayaan yang dikaitkan dengan

¹ Purnama Putri Sya'adah dan Nurul Huda, "Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Pada PT. Gudang Garam Tbk", Jurnal Ilmu Akuntansi Vol. 2 No. 2, 2020, hlm. 134

² Sunarfiana, "Analisa Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan", (Makassar : Skripsi Diterbitkan, 2018), hlm.1

budaya perusahaan dan etika bisnis dalam bentuk tanggung jawab sosial.

Kaidah sosial pada hakekatnya merupakan perumusan suatu pandangan mengenai perilaku atau sikap yang sebaiknya dilakukan atau yang sebaiknya tidak dilakukan, yang dilarang dijalankan atau dianjurkan untuk dijalankan. Adanya kaidah sosial ini hendak dicegah gangguan-gangguan kepentingan manusia, akan diharapkan terlindungi kepentingan-kepentingan manusia. Kaidah sosial ini ada yang berbentuk tertulis ada pula yang lisan yang merupakan kebiasaan yang diteruskan dari generasi ke generasi³.

Seiring dengan perkembangan waktu, perusahaan dituntut untuk melakukan pertanggungjawaban secara sosial. Tanggung jawab social (*Corporate Social Responsibility*) merujuk pada kewajiban-kewajiban sebuah organisasi untuk melindungi dan memberi kontribusi kepada masyarakat. Sebuah organisasi mengemban tanggung jawab pada tiga domain yaitu pada perilaku organisasi, pada lingkungan alam, dan pada kesejahteraan sosial secara umum⁴.

Konsep *corporate social responsibility* erat kaitannya dengan konsep berkelanjutan. Dalam menjalankan sebuah industri, aspek lingkungan juga merupakan aspek yang perlu diperhatikan. Seperti halnya yang terjadi pada PT. Semen Gresik Tbk yang melakukan tindak

³ Tarmizi, "Peranan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Lombok Energy Dynamic Dalam Meningkatkan Pembangunan Masyarakat Desa di Desa Padak Guar Kecamatan Sambelia Kabupaten Lombok Timur", Vol. 2, No. 2, 2019, hlm 3

⁴ Riska Apriani, "Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dan Respon Masyarakat Sekitar Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam", (Lampung Tengah : Skripsi Diterbitkan, 2019), hlm. 2

pertanggung jawaban sosial perusahaan melalui berbagai program pilar SG yang terbaagi SG Cerdas, SG Lestari, SG Mandiri, SG Peduli, SG Sehat. Salah satu program utama SG yaitu upaya cepat tanggap penanggulangan covid-19 pada tahun 2020. Adanya kegiatan ini merupakan wujud kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat⁵.

Persoalan lingkungan semakin menarik untuk dikaji seiring dengan perkembangan teknologi dan ekonomi global dunia. Secara perlahan terjadi perubahan yang mendasar dalam pola hidup bermasyarakat yang secara langsung atau tidak memberikan pengaruh pada lingkungan hidup. Indonesia sebagai Negara berkembang tidak terlepas pula dari persoalan lingkungan yang semakin hari terasa dampaknya. Era industrialisasi disatu pihak menitikberatkan pada penggunaan teknologi seefisiens mungkin sehingga seringkali mengabaikan aspek lingkungan. Persoalan lingkungan dengan pencemaran limbah misalnya, PT Lapindo Brantas di Sidoarjo dengan lumpur yang tiada henti-hentinya mengakibatkan kerusakan lingkungan dan menelantarkan ribuan masyarakat yang belum terselesaikan sampai hari ini. Terdapat pelanggaran yang dilakukan yakni pelanggaran aspek lingkungan karena melakukan kerusakan lingkungan dan aspek kemanusiaan karena menelantarkan ribuan masyarakat yang menjadi korban. Sehingga hal ini lah yang menjadi latar belakang

⁵ Kholisul Fatikhin, "Peduli Lingkungan, Gudang Garam Serahkan Bantuan Sarana Kebersihan", dalam KediriPedia.com 27 Oktober 2017

pentingnya mempelajari konsep *corporate social responsibility* khususnya bagi para pelaku usaha⁶.

Merujuk pada UU Perseroan Terbatas dan PP Nomor 47 Tahun 2012 yang menjelaskan mengenai pengambilan dana dalam realisasi CSR. Besaran dana CSR umumnya diambil dari keuntungan perusahaan yang disisihkan dengan kisaran dua sampai tiga persen dari total keuntungan. Hal ini tidak terlepas dari kemampuan manajemen untuk mengelola kinerja keuangan yang fundamental, salah satunya pengelolaan tingkat *leverage* perusahaan.

Perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya membutuhkan dana baik dari sumber internal maupun eksternal. Pembiayaan dari sumber eksternal melalui utang dapat mempengaruhi tingkat *leverage* perusahaan. *Leverage* adalah penggunaan aktiva (aset) atau sumber dana yang memiliki biaya tetap dengan harapan untuk memperoleh laba yang lebih besar. *Leverage* timbul karena perusahaan dalam kegiatan usahanya atau dalam kegiatan operasional perusahaan menggunakan aktiva atau sumber dana yang memiliki beban tetap berupa biaya penyusutan dari aktiva tetap dan biaya bunga dari utang. Rasio *leverage* untuk mengukur sampai sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Perusahaan yang menggunakan dana dengan beban bunga yang bersifat tetap dikatakan menghasilkan *leverage* yang menguntungkan atau efek yang positif jika pendapatan yang diterima dari penggunaan dana tersebut lebih besar

⁶ Nurwahidah, "Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Pertambangan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia (BEI)", (Makassar : Skripsi Diterbitkan, 2018), hlm. 5

daripada beban tetap dari penggunaan dana tersebut serta dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan⁷.

Profitabilitas perusahaan dapat dinilai dari beberapa kriteria, salah satu kriteria penting itu adalah peningkatan penjualan dari waktu ke waktu. Pertumbuhan penjualan merupakan rasio yang dapat digunakan untuk menggambarkan kenaikan penjualan perusahaan tahun ini dibandingkan penjualan tahun lalu. Proksi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *growth* yaitu selisih antara jumlah antara periode ini dengan periode sebelumnya dibandingkan dengan penjualan periode sebelumnya. Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi perusahaan karena pertumbuhan penjualan ditandai dengan peningkatan *market share* yang akan berdampak pada peningkatan penjualan dari perusahaan sehingga akan meningkatkan profitabilitas dari perusahaan⁸.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Teori profitabilitas sebagai salah satu acuan dalam mengukur besarnya laba menjadi begitu penting untuk mengetahui apakah perusahaan telah menjalankan usahanya secara efisien. Efisiensi sebuah usaha baru dapat diketahui setelah membandingkan laba yang diperoleh dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal. Sehingga dapat menarik para investor untuk

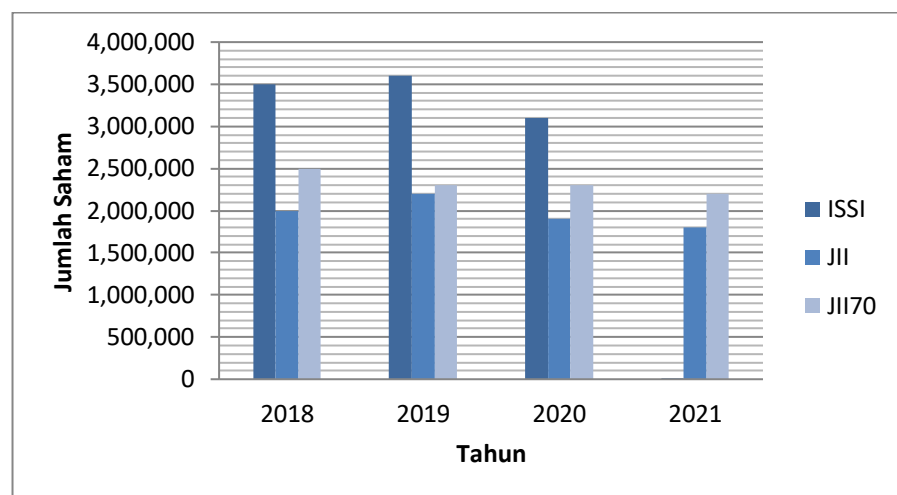
⁷ Dewi Permata Sari, "Pengaruh *Leverage* Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Pada PT Gudang Garam Tbk", Jurnal Perbankan dan Keuangan Vol. 2 No. 1, 2021, hlm 2

⁸ *Ibid*, hlm 1

berinvestasi di perusahaannya.

Beberapa tahun terakhir para investor tidak hanya melihat melihat perusahaan yang tergabung dalam index saham konvensional saja tetapi juga beberapa perusahaan yang tergabung dalam index saham syariah juga. Pasar modal syariah menjadi salah satu instrument pilihan investor untuk mencari saham dan melakukan investasi. Dimana pasar modal ini telah dikenal masyarakat di Indonesia sejak tahun 1912. Selama perkembangannya mengalami pasang surut serta rentetan sejarah yang sangat panjang. UU No. 8 tahun 1995 menyebutkan pasar modal merupakan kegiatan yang berkecimpung dalam perdagangan efek, saham dan berbagai macam investasi⁹. Berikut perkembangan pasar modal syariah selama tahun 2018-2021:

Grafik 1.1
Grafik Investor Pasar Modal Syariah Tahun 2018-2021



Sumber : Data Sekunder, diolah 2023

⁹Irham Fahmi, Pengantar Pasar Modal (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 56

Dari grafik 1.1 dapat dipahami bahwa selama kurun waktu 4 tahun index saham JII mengalami penurunan pada tahun 2020 dan 2021 dengan tingkat rata-rata investor sebanyak 2 juta. Sedangkan pada index saham ISSI sering mengalami naik turun saham dengan rata-rata investor sebanyak 2,7 juta. Sedangkan pada index saham JII70 tercatat dari tahun 2018 dan mengalami penurunan pada tahun 2020 dan 2021 dengan rata-rata investor sebanyak 2,2 juta.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mencoba untuk mengungkapkan aktivitas CSR dalam pengungkapan sosial perusahaan berpengaruh secara positif terhadap profitabilitas. Penelitian tersebut diantaranya dilakukan oleh Cici Lestari (2019) yang menyatakan bahwa tindakan CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas yang di proksikan menggunakan *return on asset* (ROA) dan *return on equity* (ROE). Hal ini dapat diartikan bahwa terdapat dampak positif yang signifikan antara aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan dengan kinerja keuangan perusahaan. dengan kata lain CSR berpengaruh signifikan terhadap ROA dan ROE. Selain itu juga terdapat penelitian yang dilakukan oleh Niluh Nugrahaning Widhi dan I Nengah Suarmanayasa (2021) yang membahas mengenai *leverage* menyatakan bahwa pengaruh *leverage* dan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. *Leverage* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas, sedangkan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

Pada penelitian ini akan terfokus pada perusahaan yang terdaftar dalam *Jakarta Islamic Index* (JII) yang merupakan indeks saham syariah yang pertama kali diluncurkan di pasar modal Indonesia pada tanggal 3 Juli 2000. Perusahaan-perusahaan yang tergabung di JII selalu merealisasikan tindakan pertanggungjawaban sosial perusahaan termasuk pada masa pandemi covid-19. Tindakan CSR yang harus tetap direalisasikan juga terdapat beban utang atau *leverage* yang harus dibayarkan. Selain itu tingkat pertumbuhan penjualan tiap perusahaan juga mengalami naik turun setiap tahunnya. Dari beberapa pernyataan tersebut dalam melakukan tindakan CSR, *laverage*, dan pertumbuhan penjualan dapat menjadi salah satu faktor naik turunnya profitabilitas perusahaan.

Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti mengenai **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Leverage*, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Yang Terdaftar Di *Jakarta Islamic Index* Tahun 2019-2021”**.

B. Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini, dibahas identifikasi masalah yang mungkin muncul dalam penelitian, seperti:

1. Pengaruh realisasi *corporate social responsibility* dalam meningkatkan kepercayaan investor, konsumen, dan masyarakat pada perusahaan yang terdaftar di JII.
2. Pengaruh likuiditas terhadap profitabilitas perusahaan yang terdaftar di JII.

3. Pengaruh citra merek dagang perusahaan yang terdaftar di JII terhadap penjualan.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas perusahaan yang terdaftar di JII tahun 2019-2021?
2. Bagaimana pengaruh *leverage* yang terhadap profitabilitas perusahaan yang terdaftar di JII tahun 2019-2021?
3. Bagaimana pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas perusahaan yang terdaftar di JII tahun 2019-2021?
4. Bagaimana pengaruh *corporate social responsibility*, *leverage* dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas perusahaan yang terdaftar di JII tahun 2019-2021?

D. Tujuan Penelitian

1. Menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas perusahaan yang terdaftar di JII tahun 2019-2021.
2. Menguji pengaruh *leverage* terhadap profitabilitas perusahaan yang terdaftar di JII tahun 2019-2021.
3. Menguji pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas perusahaan yang terdaftar di JII tahun 2019-2021.
4. Menguji pengaruh *corporate social responsibility*, *leverage* dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas perusahaan yang terdaftar di JII tahun 2019-2021.

E. Kegunaan Penelitian

Skripsi ini diharapkan dapat bermanfaat bagi banyak orang, khususnya untuk :

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai pengembangan keilmuan dan kontribusi keilmuan bagi masyarakat tentang pengaruh *corporate social responsibility, leverage*, dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas.

2. Secara Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Dapat menambah pengetahuan sebagai bekal dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah dalam dunia kerja yang sesungguhnya.

b. Bagi Perusahaan

Dapat memberkan informasi kepada perusahaan mengenai keefektifan CSR dalam laporan keuangan dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan.

c. Bagi Prodi Akuntansi Syariah

Sebagai bahan penelitian mengenai pemahaman mahasiswa mengenai laporan keuangan, serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi tambahan untuk perpustakaan

d. Bagi Masyarakat

Memberikan pemahaman tentang penerapan tanggungjawab sosial perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh dari perusahaan.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat empat variabel yang terkait. Variabel yang digunakan meliputi profitabilitas perusahaan (y), sebagai variabel terikat, dan *corporate social responsibility* (x_1), *leverage* (x_2), dan pertumbuhan penjualan (x_3) sebagai variabel bebas.

2. Keterbatasan Penelitian

Agar lebih terfokus pada masalah yang akan diteliti maka, penulis membatasi penelitian dengan indikator pengukuran pengaruh tindakan CSR terhadap profitabilitas yang dihitung menggunakan rumus CSRI, pengukuran pengaruh *leverage* yang akan diproksikan menggunakan *Debt on Asset Ratio* (DAR) dan pertumbuhan penjualan pada perusahaan yang terdaftar di JII Tahun 2020-2022.

G. Penegasan Istilah

Dalam penegasan istilah ini terdapat dua definisi, yaitu definisi konseptual dan definisi operasional. Definisi konseptual bersumber dari kamus atau teori-teori. Sementara definisi operasional dijelaskan sesuai alur logika yang ingin diteliti dengan menghubungkan konsep-konsep yang dijelaskan sebelumnya.

1. Definisi konseptual

a. *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi SR disebabkan karena pedoman ISO 26000 diperuntukan bukan hanya bagi korporasi tetapi bagi semua bentuk organisasi, baik swasta maupun publik.

ISO 26000 menerjemahkan tanggung jawab sosial sebagai tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat¹⁰.

b. *Leverage*

Rasio *leverage* digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang, artinya besarnya jumlah utang yang digunakan perusahaan untuk membiayai kegiatan usahanya jika dibandingkan dengan menggunakan modal sendiri¹¹.

c. Pertumbuhan penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan indikator penting dari penerimaan pasar dari produk dan atau jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan.

¹⁰ Elita Rahmi, "Standarisasi Lingkungan (ISO 26000) Sebagai Harmonisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Instrumen Hukum di Indonesia", Jurnal Ilmu Hukum Vol. 4 No. 5, hlm. 3-6

¹¹ Nur Salma, dan Tiara Januar Riska, "Pengaruh Rasio Leverage, Likuiditas, Profitabilitas Terhadap Kualitas Laba Perusahaan Makanan dan Minuman BEI", Vol.14, No 2, 2021, hlm.35

Pertumbuhan penjualan merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonomisnya di tengah perekonomian dan sektor usahanya¹².

d. Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi¹³.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini memberikan pemahaman tentang penjabaran dari judul penelitian agar tidak menimbulkan berbagai penafsiran terhadap judul penelitian yang dimaksudkan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility*, *leverage* dan pertumbuhan penjualannya terhadap profitabilitas perusahaan.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini disusun menjadi tiga bagian, yaitu bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir

1. Bagian Awal

Terdiri dari sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan,

¹² Elan Kurniawan, dan Dio Satria BS, "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Penjualan Perusahaan Otomotif Pada Masa Pandemi Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi", *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* Vol. 3 No. 2, 2021, hm.123

¹³ Widari Novika dan Tutik Siswanti, "Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Piutang, dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur – Subsektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode Tahun 2017-2019)", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, Vol. 2 No. 1, 2020, hlm. 45

halaman pengesahan, motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftarisasi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak.

2. Bagian Utama

Bagian utama untuk memudahkan penulisan skripsi ini, serta memudahkan pemahaman maka penulisan skripsi ini dibagi menjadi enam bab, yaitu :

a. Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini menguraikan tentang beberapa sub bab yang meliputi : (a) latar belakang, (b) identifikasi masalah, (c) rumusan masalah, (d) tujuan penelitian, (e) kegunaan penelitian, (f) ruang lingkup dan batasan penelitian, (g) penegasan istilah, dan (h) sistematika pembahasan.

b. Bab II Landasan Teori

Dalam bab ini menguraikan tentang teori – teori yang mendukung atau mendasari dalam penelitian yang meliputi : (a) kerangka teori variabel atau sub pertama, (b) kerangka teori variabel/sub kedua, (c) kajian penelitian terdahulu, (d) kerangka konseptual, dan (e) hipotesis penelitian.

c. Bab III Metode Penelitian

Dalam bab ini dikemukakan secara singkat mengenai : (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) populasi dan sampel, (c) sumber data, variabel dan skala pengukuran, (d) teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, (e) analisis data.

d. Bab IV Hasil Penelitian

Dalam bab ini dibahas mengenai (a) deskripsi data dan (b) pengujian hipotesis.

e. Bab V Pembahasan

Dalam bab ini menguraikan jawaban mengenai masalah penelitian, menafsirkan temuan-temuan penelitian, mengintegrasikan temuan penelitian, memodifikasi teori yang ada dan menjelaskan implikasi-implikasi lain dari hasil penelitian.

f. Bab VI Penutup

Dalam bab ini menguraikan tentang (a) kesimpulan dan (b) saran-saran yang diberikan penulis kepada lembaga atau perusahaan.