

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi saat ini perkembangan akan teknologi dan informasi semakin pesat hingga menjadikan persaingan antar perusahaan juga semakin ketat. Setiap perusahaan didirikan dengan visi dan misi serta tujuan yang jelas. Secara umum tujuan dari perusahaan yaitu mampu beroperasi dan berkembang dengan fokus untuk mendapatkan keuntungan (profit) bagi pihak pemegang saham (*shareholders*) dan selain itu perusahaan juga harus memperhatikan tanggung jawabnya kepada pihak pemangku kepentingan (*stakeholders*) dalam hal ini yaitu bisa melalui hubungan sosial dari perusahaan yang biasa disebut dengan *corporate social responsibility*.

Corporate social responsibility merupakan hal yang tidak asing lagi bahkan sudah menjadi sebuah tren dikalangan perusahaan, hal ini disebabkan setiap perusahaan diharuskan untuk bertanggung jawab dalam menjaga lingkungan sekitar perusahaannya. Banyak perusahaan besar yang saat ini sudah mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* dengan maksud untuk bertanggung jawab kepada lingkungan dan keberlangsungan kehidupan masyarakat sekitar perusahaan. Pada umumnya praktik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dilakukan oleh perusahaan yang kegiatan usahanya berdampak langsung kepada lingkungan dan masyarakat sekitar seperti perusahaan tambang maupun manufaktur. Namun seiring dengan perkembangan waktu, perusahaan sektor perbankan pun mengikuti tren dalam praktik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang tertuang dalam laporan tahunan (*annual report*).

Praktik *corporate social responsibility* dapat di realisasikan dalam berbagai kegiatan yaitu dalam kegiatan Pendidikan seperti bantuan beasiswa, kegiatan ekonomi dengan memberikan bantuan sembako ataupun bantuan modal usaha dan

dalam kegiatan lingkungan dengan melakukan pelestarian alam sekitar perusahaan. Tujuan dari pengungkapan praktik Corporate Social Responsibility pada perusahaan yaitu untuk mendapatkan reputasi dan citra perusahaan yang baik, untuk membangun hubungan yang baik dengan pihak-pihak terkait seperti para pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya serta sebagai upaya perusahaan untuk memenuhi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan yang baik bukan hanya dalam bidang ekonominya saja namun dalam bidang lingkungan dan sosialnya (Syairozi, 2019). Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, umur perusahaan, likuiditas, leverage, kepemilikan manajerial, kepemilikan public, kepemilikan asing dan kepemilikan institusional. Menurut Wati (2018) profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu dengan perusahaan yang berusaha menunjukkan bukti bahwa profit yang diperoleh diikuti juga dengan aktivitas yang memulihkan lingkungan dan sosialnya (Dharmawan Krisna & Suhardianto, 2016)

Keberhasilan sebuah perusahaan dapat dilihat dari besarnya profitabilitas yang dicapai perusahaan. Pada umumnya profit yang diperoleh perusahaan berasal dari penjualan dan juga investasi perusahaan (Rofiqkoh & Priyadi, 2016). Dengan tingkat profitabilitas yang tinggi maka perusahaan memiliki dana yang lebih untuk bisa melaksanakan dan mengungkapkan dana *corporate social responsibility* (Irmayanti & Mimba, 2018). Perusahaan tidak hanya beroperasi untuk para pemegang saham tetapi perusahaan juga harus dapat mensejahterakan para pemangku kepentingan lainnya seperti para pekerja dan masyarakat sekitar perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan semakin luas pula pengungkapan *corporate social responsibility*nya, dengan pengungkapan tersebut secara langsung perusahaan dapat meyakinkan para pemegang saham dan pemangku kepentingan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik. Sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kardiyanti & Dwirandra, (2020), Wulandari & Zulhaimi (2017), Zulhaimi & Nuraprianti (2019) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap *corporate social*

Risa Septia Annisa, 2022

PENGARUH PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (STUDI KOMPARATIF PADA SEKTOR PERBANKAN DI
INDONESIA DAN MALAYSIA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

responsibility, dimana semakin tinggi profit yang didapat perusahaan maka akan berpengaruh atau berdampak pada pengungkapan *corporate social responsibility*. Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh Irmayanti & Mimba (2018), Ramadhan (2019), Rofiqkoh & Priyadi (2016) menyatakan hasil yang berbeda yaitu profitabilitas tidak berpengaruh atau berdampak pada pengungkapan *corporate social responsibility*, dimana profit yang diperoleh perusahaan lebih di prioritaskan untuk kepentingan operasional dibandingkan untuk praktik *corporate social responsibility*.

Adanya pandemi covid-19 yang kini sedang melanda dunia, menjadi tantangan baru bagi seluruh aspek kehidupan karena pandemi tersebut secara langsung berdampak dan juga menghambat segala aspek yang ada mulai dari aspek kesehatan, sosial, pendidikan hingga ekonomi. Pada saat ini perusahaan-perusahaan pun ikut mendapat tantangan untuk bisa menghadapi pandemic covid-19. Tantangan utama bagi perusahaan atau pelaku bisnis lainnya yaitu mempertahankan profit perusahaan dan selain itu perusahaan harus ikut serta membantu penanggulangan covid-19. Maka saat ini perusahaan-perusahaan pun saling bersaing untuk ikut menanggulangi pandemi covid-19 dengan menyalurkan dana *corporate social responsibility*.

Dampak dari pandemi covid-19 ini, telah mempengaruhi kinerja perusahaan, khususnya di sektor perbankan dalam negeri maupun luar negeri yang mengalami pandemi covid-19. Walaupun banyak perusahaan perbankan yang masih mampu mencatat kinerja yang positif seperti turut serta dalam menyalurkan dana *corporate social responsibility*, namun dari sisi perolehan laba mayoritas bank mengalami penurunan yang cukup signifikan menurut data yang dilansir dari katadata.co.id. Sektor perbankan di Indonesia dan Malaysia pada tahun 2020 mengalami penurunan laba yang cukup signifikan, penurunan laba tersebut di sebabkan oleh berbagai faktor seperti adanya penerapan rekstrukturisasi, turunnya pendapatan bunga, kenaikan pencadangan bank dan pemberian kredit yang tetap berjalan di masa pandemi covid-19.

Perusahaan – perusahaan di Indonesia ataupun di negara lain baik sektor Industri, perdagangan, pertanian, pertambangan, infrastruktur dan keuangan yang

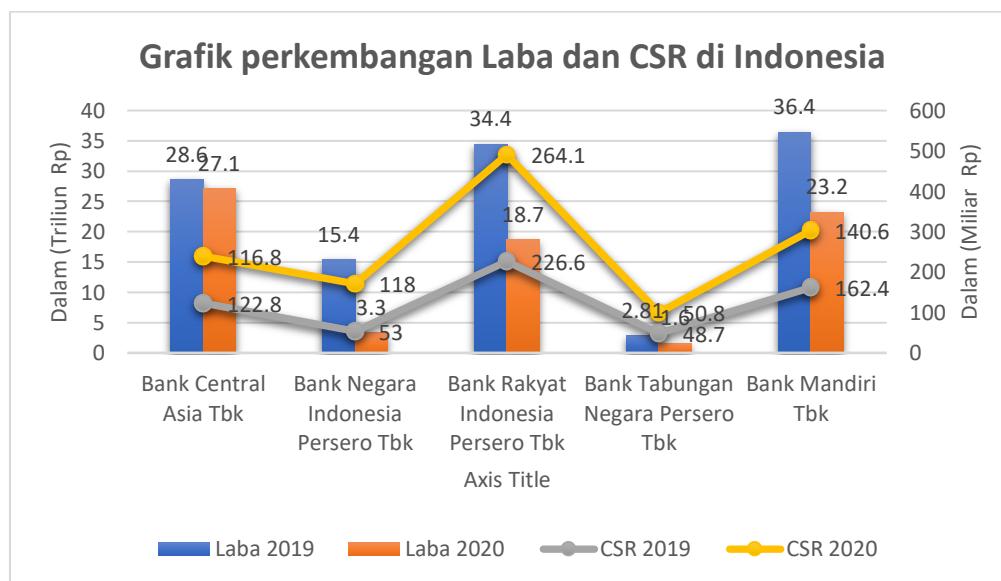
Risa Septia Annisa, 2022

PENGARUH PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (STUDI KOMPARATIF PADA SEKTOR PERBANKAN DI INDONESIA DAN MALAYSIA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

baik secara langsung kegiatan aktivitas bisnisnya mempengaruhi sumber daya alam atau tidak, kini sangat berperan untuk turut serta melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* dengan menyalurkan dana yang dianggap sebagai tanggung jawab sosial perusahaan untuk ikut membantu pemerintah dalam menangani Pandemi Covid-19.

Pada sektor keuangan khususnya perbankan, banyak bank yang telah menyalurkan dana *Corporate Social Responsibility* secara besar besaran dengan fokus untuk menanggulangi pandemi Covid-19. Menurut data yang diperoleh dari katadata.co.id disebutkan bahwa bank BRI telah menyalurkan bantuan dana CSR sebesar Rp. 106,9 Miliar melalui program BRI Peduli dan BRILian Fight Covid-19 (Digital, 2020). Selain itu bank BCA juga telah menyalurkan dana CSR sebesar 12 Miliar untuk membantu penangan covid-19 berupa rapid test kit (Richard, 2020).



Gambar 1. 1 Grafik perkembangan laba dan CSR perbankan di Indonesia tahun 2019-2020

Sumber: Annual Report 2019-2020 (data diolah penulis)

Gambar 1.1 berdasarkan data yang dilansir oleh katadata.co.id, pada tahun 2020 perbankan di Indonesia mengalami penurunan laba (Pusparisa, 2021). Sebaliknya, penyaluran dana CSR justru mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Laba bersih Bank Rakyat Indonesia turun paling signifikan sebesar 45,6%, dimana laba yang diperoleh pada tahun 2020 sebesar Rp.18,7 triliun

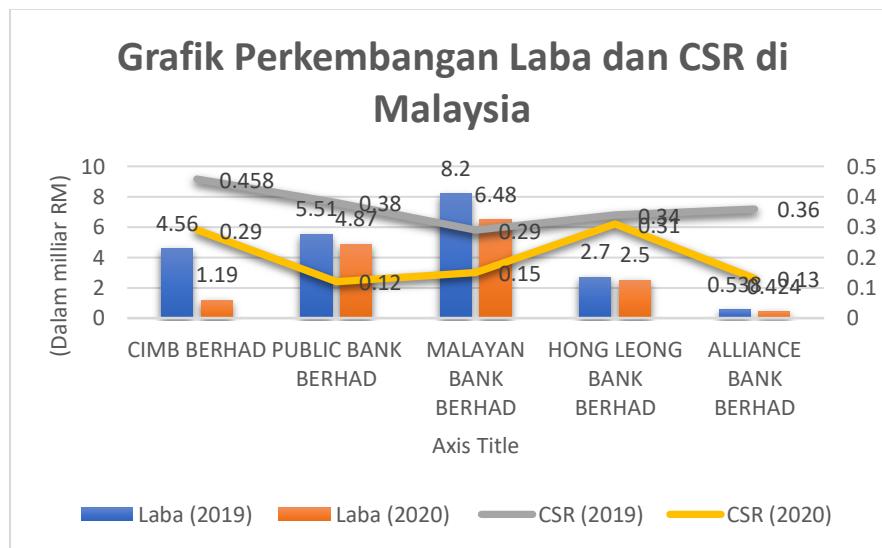
Risa Septia Annisa, 2022

PENGARUH PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (STUDI KOMPARATIF PADA SEKTOR PERBANKAN DI INDONESIA DAN MALAYSIA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dibandingkan laba bersih tahun 2019 yang mencapai Rp. 34,4 triliun. Namun BRI tetap mampu menyalurkan dana CSR yang cukup tinggi di tahun 2020 yaitu sebesar Rp. 264,1 Miliar. Sehingga terdapat ketidak sesuaian dengan hasil penelitian sebelumnya Kardiyanti & Dwirandra (2020) yang menyimpulkan bahwa semakin tinggi laba maka semakin tinggi juga pengungkapan *corporate social responsibility*nya.

Kondisi yang terjadi di Indonesia pada masa pandemic ternyata tidak sejalan dengan yang terjadi di Malaysia. Menurut data yang dilansir dari [asiamoney.com](#) disebutkan bahwa Maybank menjadi salah satu Malaysia's best bank for CSR 2020 dimana maybank melakukan program CSR dengan enam pilar pelayanan public ([Asiamoney](#), 2020). Sebagaimana dapat dilihat pada Gambar 1.2 perbankan di Malaysia mengalami penurunan laba di tahun 2020 sesuai dengan data yang di lansir oleh [republika.co.id](#) dimana pada kuartal satu 2020 bank CIMB Malaysia mengalami penurunan laba (Intan & Yolandha, 2020). Selain itu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* di Malaysia juga mengalami penurunan yang cukup signifikan dibandingkan dengan tahun 2019. Sehingga terdapat gap antara perkembangan laba dan CSR di Indonesia yang berbanding terbalik dengan perkembangan di Malaysia.



Gambar 1. 2 Grafik perkembangan laba dan CSR perbankan di Malaysia tahun 2019-2020

Sumber: Annual Report 2019-2020 (data diolah penulis)

Risa Septia Annisa, 2022

PENGARUH PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (STUDI KOMPARATIF PADA SEKTOR PERBANKAN DI INDONESIA DAN MALAYSIA)

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](#) | [perpustakaan.upi.edu](#)

Pengungkapan *corporate social responsibility* pada perbankan di tahun 2020 mendapatkan penghargaan sebagai apresiasi untuk perusahaan yang telah melakukan kegiatan csr dengan tepat sasaran (Iconomics, 2020). Sesuai dengan indikator GRI G4 pengungkapan *corporate social responsibility* dapat dilihat dari berbagai kategori, pada tahun 2020 perbankan di Indonesia terpilih sebagai Iconomic CSR Award dimana perusahaan telah mengungkapkan program *corporate social responsibility* nya pada kategori ekonomi dan sosial sesuai dengan indikator GRI-G4. Adapun pengungkapan *corporate social responsibility* dengan kategori ekonomi dan sosial sesuai dengan indikator GRI-G4 yang telah dilakukan oleh perusahaan perbankan di Indonesia dan Malaysia yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Pengungkapan CSR dengan kategori GRI-G4

Perusahaan	Kategori pada (GRI-G4)	Program
PT Bank Mandiri (Persero)	Ekonomi	Inisiatif Tanggap Darurat Covid-19 (Penggerak Ekonomi Mikro)
PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	Sosial	Inisiatif Tanggap Darurat Covid-19 – Dukungan Kesehatan Medis
PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	Sosial	Inisiatif Tanggap Darurat Covid-19 – Dukungan Kesehatan Medis dan Non Medis
PT Bank Central Asia Tbk	Sosial	Inisiatif Tanggap Darurat Covid-19 – Bakti BCA untuk Covid- 19
Affin Bank Berhad	Sosial dan Ekonomi	Best CSR Initiative – Life Insurance- “Smash the Curve” COVID-19 –Malaysia 2020 by International Finance Awards 2020
Bank Islam Malaysia Berhad	Sosial	Best CSR COVID-19 Initiative (AMAL Bank Islam), Malaysia 2020 for Production and Distribution of Personal Protective Equipment for Frontliners by Global Brand Magazine (“GBM”)

Sumber: *Theiconomics.com, Annual Report*

Pada umumnya perusahaan dengan ukuran besar akan mengungkapkan informasi perusahaan yang lebih lengkap, karena perusahaan dengan ukuran yang besar tersebut aktivitas usahanya pun lebih banyak (Irmayanti & Mimba, 2018).

Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi juga perhatian masyarakat terhadap perusahaan tersebut karena semakin besar ukuran perusahaan maka Risa Septia Annisa, 2022

PENGARUH PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (STUDI KOMPARATIF PADA SEKTOR PERBANKAN DI INDONESIA DAN MALAYSIA)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

semakin besar juga pengaruh yang diberikan oleh perusahaan (Kardiyanti & Dwirandra, 2020). Sehingga semakin besar ukuran perusahaan semakin besar profit yang dapat diperoleh dan semakin tinggi pula pengungkapan *corporate social responsibilitynya*.

Dengan tingginya pengungkapan *corporate social responsibility* akan membuat penilaian yang baik dari pihak eksternal yaitu masyarakat maupun para pemegang saham. Sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Citra Hardianti & Anwar (2020), Rofiqkoh & Priyadi (2016), Yanti & Budiasih (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Dimana semakin besar asset perusahaan yang perusahaan miliki maka semakin tinggi pula tuntutan bagi perusahaan untuk memiliki kinerja perusahaan yang baik dengan cara memperhatikan keadaan lingkungan dan sosial dengan mengungkapkan praktik *corporate social responsibility* agar mendapatkan citra perusahaan yang baik dari masyarakat (Rofiqkoh & Priyadi, 2016). Namun dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kartini et al., (2019), Ramadhan (2019), Susilowati et al., (2018) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Karena perusahaan dengan ukuran yang besar belum tentu mengungkapkan *corporate social responsibilitynya* secara lebih luas dibandingkan dengan perusahaan yang masih dalam tahap berkembang apabila perusahaan tersebut menganggap bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan suatu kebijakan yang menguntungkan bagi perusahaan (Kartini et al., 2019).

Adanya perbedaan hasil penelitian sebelumnya dan adanya pandemi yang berdampak terhadap perekonomian termasuk sektor perbankan, mendorong penulis untuk meneliti bagaimana Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Komparasi pada sektor Perbankan di Indonesia dan Malaysia). Penelitian dilakukan terhadap sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Malaysia, dengan periode tahun 2019 dan 2020.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka permasalahan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada sektor perbankan di Indonesia
2. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada sektor perbankan di Malaysia
3. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada sektor perbankan di Indonesia
4. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada sektor perbankan di Malaysia
5. Bagaimana pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada sektor perbankan di Indonesia
6. Bagaimana pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada sektor perbankan di Malaysia
7. Apakah terdapat perbedaan pengungkapan *corporate social responsibility* pada sektor perbankan di Indonesia dan Malaysia.
8. Apakah terdapat perbedaan pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada sektor perbankan di Indonesia dan Malaysia

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan perumusan masalah sebagaimana diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada sektor perbankan di Indonesia

2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada sektor perbankan di Malaysia
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada sektor perbankan di Indonesia
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada sektor perbankan di Malaysia
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada sektor perbankan di Indonesia
6. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada sektor perbankan di Malaysia
7. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan pengungkapan *corporate Social Responsibility* pada sektor perbankan di Indonesia dan Malaysia
8. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada sektor perbankan di Indonesia dan Malaysia

1.4. Kegunaan Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Akademis

Bagi akademis diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan serta ilmu pengetahuan mengenai pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *corporate sosial responsibility* yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan pada sektor perbankan go public di Indonesia dan Malaysia pada tahun 2019-2020 dan diharapkan penelitian ini dapat dijadikan refensi serta dikembangkan pada penelitian selanjutnya

1.4.2 Manfaat Praktis

1.4.2.1 Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan khususnya perbankan, hasil penelitian ini diharapkan bisa mendorong perusahaan untuk dapat meningkatkan laba agar pengungkapan *corporate sosial responsibilitynya* lebih luas. Serta dapat digunakan oleh manajemen sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang disajikan dalam laporan keuangan perusahaan.

1.4.2.2 Bagi Investor

Bagi investor, hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi dan gambaran dalam melihat keuntungan jangka panjang yang didapatkan perusahaan yaitu reputasi perusahaan dilihat dari variabel profitabilitas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan dalam melaksanakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.